
Michael De Kretser
DU HÀNH
TRONG
THẾ GIỚI
SÁNG TẠO
Paris
Rome
Bali
Colombo
Athens
Zurich
London
THAIHABOOKS
NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG

MỤC LỤC

Lời khen tặng

"Sâu sắc và chạm vào tâm trí người đọc, khiến họ bị lôi cuốn theo cuộc hành trình đầy thú vị trong sự nghiệp PR sáng chói của Michael."

Christopher Forbes, Phó chủ tịch Nhà xuất bản Forbes

"Chương nào trong cuốn sách cũng đều chứa đựng sự dí dỏm, vui nhộn và thông minh. Bạn sẽ cười phá lên, sẽ "ngấu nghiến" cuốn sách này và lắc đầu kinh ngạc khi Michael chỉ ra rằng tất cả chúng ta đều có thể suy nghĩ và biến những ý tưởng lớn thành hiện thực."

Tham Khai Meng, Giám đốc sáng tạo toàn cầu của Ogilvy & Mather

"Trong một thế giới truyền thông đang bị nắm giữ bởi những cái đầu lạnh, thì đây thực sự là một cuốn sách dí dỏm, hài hước và đầy trí tuệ đến từ một trong những bậc thầy PR của thế giới. Michael viết sách như cách ông chơi cricket[(1)] vậy – súc tích, lôi cuốn, dí dỏm nhưng ẩn chứa bên trong là trí tuệ sắc bén và sự nỗ lực không ngừng trong công việc."

James Woolett, Giám đốc sáng tạo của J. Walter Thompson & Campaign Palace

"Mỗi chương trong cuốn sách này lại đem đến cho người đọc những điều ngạc nhiên thú vị. Một "ly cocktail đời thực" – được pha trộn bằng "nguyên liệu" là những mẩu chuyện về con người, địa điểm và các chiến dịch PR. Rất dí dỏm, tinh nghịch và hữu ích.

Lorraine Hahn, người dẫn chương trình TalkAsia của CNN

"Một tư liệu có giá trị cho bất cứ ai yêu thích marketing và PR ở châu Á. Và những câu chuyện trong cuốn sách cực kỳ lý thú!"

Jim Aitchison, Tác giả của cuốn Cutting Edge Advertising

"Michael cho bạn một nguồn tư liệu phong phú về PR. Bạn có thể học được nhiều thứ từ Thầy phù thuỷ của những điều ngạc nhiên này."

Chris Boyd, Giám đốc điều hành của CB Richard Ellis, Malaysia

"Sẽ không ngoa nếu tôi nói rằng Michael là bậc thầy của những điều kỳ thú! Ông ấy mang trong mình sự quyến rũ của những cô gái mặc đồ Sarong ưa tiệc tùng, sự hóm hỉnh của những nhân viên trên Đại lộ Madison[2] *và sự khéo léo của một người làm bánh murtabak*[3]*. Cuốn sách chứa đựng nhiều sự tiếc nuối và những điều tự hào chân thực nhất bởi vì nó là sự thật, nó là cuộc sống!"*

Harmandar Singh (Ham), chủ bút tạp chí ADOI

"Du hành trong thế giới sáng tạo là câu chuyện về cuộc hành trình trong thế giới PR của nhân vật trung tâm – Michael de Kretser, người viết lên cuốn sách, chứa đầy sự kiên trì, năng lượng, hóm hỉnh và thật sự rất khác biệt!"

Peter Semone, Phó chủ tịch Pacific Asia Travel Association (PATA)

"Với những ai đã từng sống ở châu Á vào thập niên 70 và 80, cuốn sách này hẳn sẽ gợi lại rất nhiều những ký ức ở thời kỳ bùng nổ của marketing và truyền thông châu Á. Đó là một chuyến tàu lượn siêu tốc thực sự! Đầy những hiểm nguy, những khoảnh khắc eureka! tuyệt diệu và nguồn cảm hứng thì bất tận. PR từng thú vị như thế, và Michael, cùng với những trải nghiệm giá trị của ông, đã xác nhận cho chúng ta điều đó."

Lauren McMullen, Cựu biên tập viên của Singapore Trade & Industry

“Michael được xem như là một trong những người khiêu khích nhất, bí ẩn nhất, hấp dẫn nhất, nhạy cảm nhất, khó đoán nhất, sôi nổi nhất và sáng tạo nhất trong lịch sử truyền thông ở châu Á Thái Bình Dương. Còn cuốn sách của ông giống như phiên bản chân thật và trẻ trung của Michael vậy!”

Jacqueline Fong, Nhà sáng lập khách sạn Batik Boutique

“Một hành trình thú vị xuyên suốt cuộc đời Michael – rất dí dỏm và hài hước! Nhiều bài học của cuộc sống đã được ghi nhận từ người đàn ông sâu sắc này.”

Mary Buffet, đồng tác giả của cuốn sách bán chạy nhất Buffettology

Lời cảm ơn

Từ sâu thẳm trong trái tim mình, tôi xin gửi lời cảm ơn đến:

Rachael Chan, trợ lý riêng của tôi, người có khiếu hài hước của Jerry Seinfield[1] và sự kiên nhẫn của Đạt Lai Lạt Ma. Cô ấy đã quản lý dự án sách này từ đầu đến cuối.

Những bạn đồng nghiệp của tôi ở GO Communications, vì họ đã khen ngợi cuốn sách khi tôi mới đưa họ vài dòng để xem qua. Chính họ đã truyền động lực cho tôi hoàn thành cuốn sách.

David Hobbs, mấu chốt chính ở London trong chiến dịch Madame Tussauds của Singapore Airlines[2]. Tình bạn và sự hỗ trợ của anh ấy đã truyền cảm hứng cho tôi làm được những điều kỳ diệu.

Eleonore Grace, vì những hình vẽ tuyệt diệu đầu mỗi chương trong cuốn sách này. Cô ấy sinh ra là để trở thành một ngôi sao!

Sheree Qua, người quản lý tài chính, vì đã kiểm soát ngân sách của tôi chi cho rượu bia ăn mừng khi hoàn thành xong... mỗi chương của cuốn sách.

Elsy Tan, nhân viên PR kỳ cựu, vì đã kiên nhẫn ngồi đọc bản đầu tiên của cuốn sách. Vanessa Tan, người đang thực tập PR và đồng thời là một ca sĩ với hai album đã được phát hành, cũng đã đọc thử cuốn sách này cùng Elsy Tan.

Oon Yeoh, biên tập viên của tôi, vì đã giúp tôi hoàn thiện cuốn sách.

Lời tựa

Đây là một cuốn sách dạng “bom tấn”, không phải sách hàn lâm. Nên nếu bạn đang tìm một cuốn sách chứa đầy những biểu đồ, số liệu và bảng biểu về PR ở châu Á thì hãy đặt cuốn sách này xuống.

Du hành trong thế giới sáng tạo tràn đầy sự đam mê, ý tưởng, sự phiêu lưu mạo hiểm và trên tất cả, nó tạo cảm giác cực kỳ thú vị cho người đọc. Cuốn sách là câu chuyện của Michael de Kretser, người được mệnh danh là Quý ông PR của châu Á. Đó là câu chuyện về việc ông bất chấp những Kẻ Nói Không, những người luôn chỉ biết lặp đi lặp lại câu “Đừng làm cái đó!” và “Giờ không phải là thời điểm để làm điều này, Michael!” để xây dựng mạng lưới PR châu Á không những một mà là hai lần như thế nào.

Ngoài ra, bạn sẽ tìm thấy trong cuốn sách cách Michael thuyết phục người đứng đầu Madame Tussauds để đặt tượng thiếu nữ Singapore vào bảo tàng tượng sáp danh tiếng ở London. Bạn sẽ hiểu được lý do tại sao nên tá túc trong “khách sạn tình yêu” khi mở một văn phòng mới ở Đài Loan. Và bạn cũng sẽ tìm thấy những ích lợi của việc đặt văn phòng ngay phía trên nhà hàng Ấn Độ ở Kuala Lumpur.

Trên tất cả, bạn chắc chắn sẽ bị thu hút bởi giọng văn hóm hỉnh, thông minh và đầy quyến rũ của Michael. Nhưng ẩn chứa dưới những dòng chữ đó là một tâm hồn sâu sắc cùng sự tâm huyết trong công việc của ông để đem lại cho khách hàng những điều tốt nhất.

Nếu bạn là một nhân viên PR khôn ngoan, bạn sẽ đọc đi đọc lại cuốn sách này. Bởi bạn sẽ học được nhiều hơn về PR và truyền thông qua những câu chuyện của Michael hơn bất kỳ cuốn sách nào chứa đầy những bảng biểu hay số liệu trên thị trường. Và còn vì bạn sẽ có một hành trình thật sự thú vị.

Bạn đã sẵn sàng để mỉm cười trên suốt chặng đường thú vị trong cuốn sách chưa?

SHANTI KUMAR
Giám đốc điều hành của công ty phần mềm Quote & Print

Lời nói đầu

Nói một cách hoa mỹ thì tôi được Chúa trời phù hộ, còn nói thẳng ra thì tôi quả là một gã may mắn!

May mắn khi được là đồng sáng lập viên của công ty PR cùng với con trai Peter của tôi. Sự kết hợp giữa "sư tử già" và "hổ con" này đã giúp đem về cho chúng tôi giải thưởng Go Communications dành cho *Công ty PR xuất sắc nhất năm do tạp chí Marketing & Advertising* bình chọn liên tục trong suốt ba năm 2011, 2012 và 2013. Bên cạnh đó, công ty chúng tôi còn giành được một loạt giải thưởng trong nước, trong khu vực và trên thế giới.

May mắn khi được sinh ra ở Ceylon (giờ là Sri Lanka) khi hòn đảo này còn được mệnh danh là Hòn ngọc của Ấn Độ Dương, một nơi thật thanh bình, tươi đẹp và quyến rũ.

May mắn khi được đến với nước Úc xinh đẹp trong độ tuổi thiếu niên. Trên con tàu đến với vùng đất may mắn ấy, tôi đã được chiêm ngưỡng những kỳ quan của quốc gia này.

May mắn khi công việc đầu đời là làm phóng viên cho tờ *Melbourne Age*, đảm đương phần tin chính trị ở Canberra khi mà tình hình chính sự ở Úc còn ngập tràn hỗn loạn với nhiều vụ tai tiếng về tình dục.

May mắn khi sự nghiệp làm PR của tôi bắt đầu từ công việc trong Đảng Tự do của Úc, nơi bạn phải học nhanh hơn bất kỳ nơi nào khác vì bạn sẽ ở tình trạng một mất một còn.

May mắn khi được có cơ hội làm việc dưới trướng của Sir Reginald Ansett, một trong những doanh nhân tài ba nhất của nước Úc, người đã sáng lập ra Ansett Airlines.

May mắn khi được trải nghiệm một phần cuộc đời mình ở những công ty PR hàng đầu của nước Anh. Như câu danh ngôn nổi tiếng

của Samuel Johnson: "Nếu cảm thấy nhàm chán ở London, bạn sẽ cảm thấy nhàm chán với phần còn lại của thế giới." Ông ấy đã đúng, ít nhất ở trường hợp của tôi.

May mắn khi được đại diện cho Singapore thi đấu môn cricket. Nó đã cho tôi cơ hội gặp gỡ rất nhiều danh thủ cricket nổi tiếng thế giới, những người mà tôi đã hâm mộ suốt tuổi ấu thơ.

May mắn khi được gặp những người nổi tiếng từ khắp nơi trên thế giới, và càng may mắn hơn khi có được nhiều người trong số đó là bạn tốt về sau.

May mắn khi nhiều tập đoàn lớn đã cho tôi cơ hội thành lập công ty PR đầu tiên – MDK – bằng cách trao niềm tin và giao cho tôi một phần công việc kinh doanh của họ.

Và cuối cùng, nhưng đặc biệt quan trọng, may mắn thay khi tôi được đặt chân đến Malaysia. Nếu bạn không thể tạo dựng sự nghiệp ở đây thì bạn không thể tạo dựng ở đâu cả.

Dành cho con trai tôi, Peter, người đã giúp đỡ và thúc giục tôi viết lên câu chuyện đời mình.

Danh mục từ chuyên ngành PR và quảng cáo

PR (Public Relation): Quan hệ công chúng, là hoạt động quảng cáo của một tổ chức hướng tới công chúng bằng cách giao tiếp, giữ gìn hình ảnh tích cực của mình trong mắt công chúng.

Công ty PR: là một công ty sẽ dựa vào những yêu cầu của khách hàng mà tạo ra ý tưởng và thực hiện những chiến dịch quảng cáo cũng như bảo vệ, xây dựng hình ảnh của một thương hiệu, một nhãn hàng.

PR account: Những khách hàng của một công ty PR, có thể là một nhãn hàng hay một công ty khác cùng thực hiện chiến dịch, có quan hệ đối tác.



Chương 1

SỰ RA ĐỜI CỦA MDK: Khởi đầu của một công ty về PR

Suốt cả thời trẻ của mình, tôi đã sống lông bông một cách có-kế-hoạch. Nghĩa là chọn cho mình một công việc ổn định trong các công ty PR lớn, ban ngày đến văn phòng thì làm việc thật siêng năng, luôn là một nhân viên gương mẫu. Nhưng éo le thay, kiếm nhiều thì tiêu nhiều. Tôi chẳng tiết kiệm được đồng nào mà chỉ có được kinh nghiệm ở Úc và Anh.

Một tối đẹp trời nọ, ở quán rượu quen, tôi gặp Tony Coomber, đồng quản lý của Ernst & Whinney, một công ty kế toán sau đó được sáp nhập và trở thành Ernst & Young. Ông là một người Anh điển hình, và so với hình ảnh của kiểm toán viên in dấu trong đầu mọi người thì ông quả là một trường hợp đặc biệt: Siêu lập dị! Tony

Coomber có một thân hình mập mạp đáng yêu, và thích mặc đồ vest… phóng xe phân khối lớn đi làm.

Trong lúc uống, Tony đã hỏi tôi: “Này, sao cậu không mở một công ty PR của riêng mình đi?”

“Làm vừa đủ ăn, có dư ra được đồng nào đâu mà mở?”Tôi đáp không cần suy nghĩ.

“Lo gì? Bên tôi sẽ ứng trước cho cậu sáu tháng chi phí, cho mượn các đồ đạc cần thiết và giới thiệu vài khách hàng nữa.”

Đề nghị của Tony quả thật quá hời! Nếu thất bại, tôi cũng chả mất gì và lại còn học hỏi được kinh nghiệm nữa. Còn nếu thắng, cũng đáng để thử.

Đúng như lời đã nói, Coomber và công ty của ông ấy lo hết toàn bộ thủ tục giấy tờ, tôi chỉ việc thảnh thơi nghĩ tên cho công ty của mình.

Cả một đống cái tên dị hợm xuất hiện trong đầu và bị gạt bỏ nhanh chóng (dĩ nhiên), để rồi sau cùng tôi nhận ra toàn bộ những công ty hàng đầu trên thế giới đều lấy tên người thật để đặt. Ý nghĩ duy nhất hiện lên trong đầu tôi lúc đó là: Chẳng lẽ lại đặt là “Michael de Kretser”? Nhưng rồi ngẫm đi ngẫm lại thấy cũng có vẻ… khả quan. Viết tắt sẽ thành MDK còn suôn miệng và dễ nhớ hơn nhiều. Vậy thôi, chốt lại là MDK!

Nhiều năm sau này, tại một buổi gặp gỡ với khách hàng, có vị CEO kia hỏi tôi: “Sao ông lại chọn cái tên MDK cho công ty của mình?”

Tôi trả lời sau một thoáng lúng túng: “Vì những công ty lớn thường có tên đặt bằng ba chữ cái. IBM, BMW, MGM, DHI.”

“Đó là một suy nghĩ rất thông minh đấy!” Vị CEO trầm trồ.

Sắp xếp văn phòng

Trụ sở đầu tiên của MDK là… căn hộ của tôi, nằm trong khu Wilmer Court ở Singapore. Một căn hộ ba tầng khiêm tốn, cũng chỉ so sánh được với viên đá cuội ném ra từ khu Orchad Road. Chỗ tiếp tân nằm ở phòng khách, tiện thể cho thêm mấy người phụ trách khách hàng ngồi đó làm việc. Văn phòng riêng của tôi thì nằm trong một phòng ngủ, cũng tiện thể cho kế toán ngồi làm việc ở đó nốt. Hai phòng ngủ còn lại là nơi sinh hoạt của vợ chồng tôi và đứa con trai mới sinh (chỗ này rất tiếc là không tiện thể nhét thêm ai vào được).

Với số khách hàng ít ỏi trong tay, tôi nhanh chóng nhận ra còn biết bao nhiêu công việc và chi phí khác, nào là quản lý dòng tiền, nào là lương phải trả cho nhân viên hàng tháng. Oái oăm thay, ở nơi đó, tôi chỉ là tay "gà mờ" với một vài địa chỉ liên lạc và chẳng có hồ sơ khách hàng nào. Vậy nên tôi đành liều mình nhấc điện thoại gọi tới một vài khách hàng tiềm năng và tua đi tua lại mấy đoạn điệp khúc để tìm kiếm cơ hội. Nói chung là phải bằng mọi cách nối máy được với giám đốc quản lý hoặc giám đốc marketing và đừng để ông ta gác máy. Phải chốt được một cuộc hẹn với họ, và không được phép thất bại.

Và bạn tin được không, chỉ bằng cách đó mà tôi có được buổi hẹn với giám đốc của BMW đấy! Vào ngày hẹn với ông ta, tôi cảm tưởng như mình là Dick Whittington[(1)] vậy. Cũng may là gặp được cô thư ký dễ thương với câu nói đáng yêu mà tới tận bây giờ tôi vẫn còn ghi nhớ:

"Vâng, ông Oh sẽ gặp ông bây giờ."

Bước vào gặp ông Oh, sau những thủ tục xã giao thông thường, tôi vào ngay chủ đề chính:

"Tôi vừa mở một công ty PR và sẽ rất hân hạnh nếu BMW trở thành khách hàng của chúng tôi."

"Chúng tôi đã là khách hàng của một công ty PR khác rồi. Ông Oh hơi phũ phàng đáp.

Giờ đến lượt tôi vận dụng hết khả năng của mình. "Không giống như những công ty khác, đích thân tôi sẽ chăm sóc khách hàng. Chúng tôi nói chúng tôi sẽ làm."

"Nghe hay đấy, vì ở thời kỳ đỉnh điểm tôi thường gặp những gã đứng đầu hứa hẹn cho tôi cả thế giới. – Rồi sau khi giành được khách hàng, chẳng thấy tên sếp nào xuất đầu lộ diện. Thay vào đó là một cô Mary trẻ trung, lạ hoắc hỏi lại từ đầu những thứ tôi muốn."

"Mới nghe đã thấy khó chịu rồi!" - Tôi làm bộ nhíu mày.

Ông ta hỏi tiếp: "Công ty của cậu có bao nhiêu người?"

"Khoảng 10 người, thưa ông." Tôi nói quá lên một tẹo.

Vậy thì được rồi, ngày mai tôi sẽ ghé qua văn phòng của cậu.

Nghe xong quyết định bất ngờ ấy, tôi chỉ còn biết phóng thật nhanh về văn phòng để chuẩn bị gây ấn tượng với ông ta mà thôi.

Đầu tiên, tôi gọi tới một công ty đồ nội thất để thuê bàn, ghế và tủ hồ sơ. Rồi chọn mua thêm một vài chậu cây từ vườn ươm. Sau đó, tôi nhờ vài người bạn ngồi ở bàn làm việc ra vẻ là nhân viên của MDK (dĩ nhiên là phải hứa với họ một chầu thật sự đã đời khi vụ này xong xuôi).

Mọi vật dụng trong nhà nhanh chóng được dời vào ga-ra để nhường chỗ cho đồ nội thất công ty và các chậu cây. Đám bạn của tôi thì ăn mặc hơi bị chỉn chu, ngồi sau bàn trông rất ra dáng nhân viên thực thụ.

Chỉ có mỗi một vấn đề nho nhỏ đó là Peter, thằng con 6 tháng tuổi của tôi. Rốt cuộc, tôi đã bảo chị giúp việc đưa nó đi chơi trong vòng ba tiếng, cho nó kem, kẹo bánh hay những thứ đại loại như thế để giữ cu cậu không khóc lóc.

Oh Teik Joo – người đứng đầu BMW – đã có thể chọn một công ty khác uy tín hơn ở Madison, New York chẳng hạn. Nhưng ơn trời,

chuyến tham quan đến văn phòng của chúng tôi đã gây một ấn tượng đẹp và mạnh mẽ đối với ông ấy khi ông nói: “Tôi rất thích phong cách của các bạn, vậy nên chúc mừng! Khách hàng này đã thuộc về công ty các bạn rồi đó! Bắt đầu triển khai vào tháng tới nhé.”

Cuối ngày hôm ấy, Peter trở về nhà với một cái mặt lem nhem toàn kem. Nội thất văn phòng đã được trả lại chỗ thuê, và phòng nào lại trả về phòng nấy.

Đám bạn chí cốt cùng tôi quẩy một bữa bét nhè. Dĩ nhiên, chủ xị và chủ chi đều là tôi.

Dần dần, nhiều khách hàng tìm đến tôi hơn, đồng thời tôi cũng có thêm nhiều nhân viên và cả một văn phòng lớn thật sự nằm ở khu trung tâm thương mại. Còn Peter đã có thể ngủ yên trong căn phòng bé nhỏ của cu cậu và bò lê thoả thích khắp sàn nhà mà không phải lo lắng gì nữa.

Ý tưởng ra đời

Thời điểm làm việc với công ty của chúng tôi, công ty môi giới bảo hiểm Citicorp đã tung ra chính sách bảo hiểm mô tô mới, lúc đó thị phần của họ trên thị trường chỉ chiếm khoảng 1%. Dữ liệu cho thấy phần lớn dân chạy mô tô không biết hoặc không quan tâm họ đang được bảo hiểm bởi công ty nào. Họ cũng ít khi đổi công ty bảo hiểm của mình. Chính sách bảo hiểm của các công ty đưa ra thường thu hút người dùng bằng những cách cũ rích như giảm giá 10%, tặng một món quà nho nhỏ, và được quảng bá bởi một ít tin bài trên báo hoặc các mẩu quảng cáo bé xíu xiu.

Để trở nên khác biệt trong chiến dịch quảng cáo với Citicorp, chúng tôi đã bàn luận với Đội trưởng đội cảnh sát giao thông về một ý tưởng nghe có vẻ kỳ quặc: “Xe hơi bắt người”. Xuyên suốt chiến dịch, những chiếc xe hơi cảnh sát “đặc biệt” sẽ xuất hiện mỗi buổi sáng ở vài địa điểm khác nhau, bám theo các tay tài xế mô tô khi họ lái xe tới chỗ làm. Hay tôi có thể nói nhanh cho vuông là: Sau khi nghía được một tài xế mô tô nào đấy, cái xe hơi cảnh sát nói trên sẽ

hú còi và đề nghị tài xế dừng lại. Trong lúc tài xế còn đang bực bội vì không rõ nguyên nhân, viên cảnh sát sẽ tỏ ra thật nghiêm túc và nói những câu sau:

"Bạn đã bị bám theo trong vài phút qua. Và xin chúc mừng vì bạn đã lái quá lụa! Trên danh nghĩa của Citicorp, chúng tôi tặng bạn 100 đô la!"

Ý tưởng kỳ quặc nhưng nghe cực-kỳ-thú-vị đúng không? Nhưng nói thật là ông đội trưởng chỉ thực sự dỏng tai lắng nghe khi tôi thêm vào cái vế sau của ý tưởng:

"Cảnh sát lúc nào cũng phạt người ta vì đi sai luật. Sao không thử một lần khen thưởng người ta vì đi đúng luật? Hình ảnh của các anh sẽ trở nên thân thiện với cộng đồng hơn nhiều, tôi đảm bảo đấy!"

Ngay lập tức, ông đội trưởng gật đầu cái rụp với cái chiến dịch mà sau đó được đặt tên là "Xe bắt người của Citicorp" này. Ông ta đã khoái chí đến nỗi thêm vào rằng:

"Cậu có biết tại sao tôi thích ý tưởng của cậu không? Vì sau này có gã tài xế nào đi sai luật bị công an bắt, có khi anh ta lại gào lên: "Tôi có mua bảo hiểm của Citicorp, anh không thể bắt tôi được!" Sẽ hài lắm cho xem!

Vâng, cảnh sát cũng vui tính và giàu trí tưởng tượng ra phết đấy chứ chẳng đùa!

Chiến dịch thú vị của chúng tôi nhanh chóng được thổi bùng lên nhờ các câu chuyện từ phía truyền thông. Các kênh phát thanh buổi sáng đã chỉ ra những địa điểm xuất hiện "xe cảnh sát của Citicorp". Dân tài xế mô tô thì đua nhau chuyển lộ trình đi hàng ngày của họ sang tuyến đường khác để hi vọng được... bắt giữ. Đường dây nóng của Citicorp cho bảo hiểm mô tô vang lên không ngừng mỗi giây. Hóa ra các tài xế mô tô không quan tâm đến tiền, họ quan tâm đến việc được bắt giữ rồi được nhận lời khen hơn. Cũng nhờ chiến dịch

này mà thị phần của Citicorp trong thị trường bảo hiểm mô tô tăng vọt khủng khiếp.

Gắn đối thủ lên bia

DHL, một công ty chuyển phát nhanh khá nổi trên thị trường, đã xuất bản một tập quảng cáo đầy đặn tuyên bố rằng họ sẽ không tăng giá trong vòng ba tháng tới.

TNT, một đối thủ cạnh tranh mạnh mẽ với DHL, muốn đáp trả lại. John Monahan, CEO vùng của TNT đã phát biểu rằng: "Chúng tôi muốn mọi người nhận ra những thứ DHL quảng cáo là nhảm nhí." Là đối tác của TNT, chúng tôi chỉ đơn giản là lấy nguyên tập quảng cáo của DHL tới một trường tập bắn, treo nó lên bia tập bắn rồi xả vài viên đạn lên trên đó. Xong xuôi rồi thì giật một cái tít đính kèm với hình ảnh tập quảng cáo bị dính đạn lỗ chỗ: "Cái thứ này đầy… lỗ."

Khi mẩu quảng cáo đó xuất hiện trước mắt công chúng, những người quản lý DHL chắc là uất ức đến phát nghẹn. Truyền thông nhanh chóng chộp lấy dịp này để đẩy bài lên nhiều trang chủ với những cái tít siêu sốc: "Chiến tranh trong ngành chuyển phát nhanh đã nổ ra!" TNT đã gửi một quả ngư lôi đến DHL, làm nổ tung chiến dịch của bên đó với chưa đầy một băng đạn (cái này là sự thật, chúng tôi chỉ bắn có vài viên thôi, nhưng mà bắn trúng!).

"Vận chuyển" nước Ý về Singapore

Fendi, nhãn hiệu nước hoa cao cấp đến từ Ý, đang chạy một dòng sản phẩm mới. Với ngành công nghiệp này, đầu tiên phải giới thiệu dòng nước hoa mới ở một cửa hàng, sau đó mới để nó "toả hương" đi khắp đất nước. Vậy nên tuần đầu tiên khi nước hoa mới ra mắt đóng vai trò cực kỳ quan trọng, nó có thể phát triển hoặc vùi dập thương hiệu trong chốc lát.

Chúng tôi đã chọn một cửa hàng Nhật Bản nằm giữa khu Orchard Road có tên là Isetan để gánh vác nhiệm vụ quan trọng là biến chiến

dịch của chúng tôi thành chiến dịch ra mắt nước hoa lớn nhất, ngoạn mục nhất từ trước đến giờ. Đảm bảo công chúng chỉ có sốc thôi!

Mặt tiền của Isetan được chỉnh trang sao cho giống Đấu trường La Mã ở Rome nhất. Và trên đỉnh của Đấu trường thu nhỏ này sẽ có một chai Fendi bay bồng bềnh rất nổi bật. Bản sao của Thác Trevi cũng được đặt bên trong cửa hàng, mời gọi khách tham quan tham gia một trò chơi nho nhỏ: tung đồng xu vào bên trong, ước một điều ước, và có cơ hội trúng một chuyến du lịch đến Rome. Các cô gái xinh đẹp trong bộ đồ người La Mã sẽ di chuyển bằng xe ngựa vào trong cửa hàng, mang trên tay những lọ nước hoa Fendi. Trong khi đó, sư tử (vâng, là sư tử thật) được nhốt trong cũi, cứ thoả sức gầm gào về phía khán giả. Trên lối đi, dàn nhạc Singapore chơi những bản nhạc opera Ý cổ điển. Khách hàng đắm chìm trong ánh đèn ban đêm mờ ảo, nhấm nháp từng giọt champagne của Ý.

CEO của Fendi là Leo Addock đã báo cáo tới trụ sở chính rằng:

"Đây rõ ràng là màn ra mắt nước hoa ấn tượng nhất, đem lại lợi nhuận lớn nhất trong lịch sử Đông Nam Á. Tất cả là nhờ vào cách quảng bá quá tuyệt vời!"

Khi bảo hiểm trở thành điều thú vị

Nếu ngắm cỏ mọc từ từ là điều chán nhất quả đất, thì có lẽ vị trí số hai dành cho việc đọc tài liệu về bảo hiểm. Trong quãng thời gian lông bông trước đó, thậm chí đã có lúc tôi được mời về làm người bán hàng cho một công ty bảo hiểm nhân thọ với lời hứa hẹn hết sức "hấp dẫn": "Vào ngành này là em dễ trở thành triệu phú lắm đấy!"

Tôi đã không ân hận với quyết định từ chối của mình. Vì làm triệu phú mà không dám nói với ai về nghề nghiệp của mình thì làm làm gì? Tưởng tượng khi nói cho ai đó rằng tôi là dân bán bảo hiểm thì sẽ như thế nào. Vậy nên thôi đành...

Nhưng ngờ đâu được, vài năm sau, MDK lại được giao nhiệm vụ truyền đạt tư tưởng đến mọi người về tầm quan trọng của bảo hiểm

cho Commercial Union. Nhiệm vụ này còn khó nhằn hơn cả việc rửa tiền ấy chứ!

Nhưng tôi không phải là kẻ dễ dàng bỏ cuộc. Việc tôi bắt tay làm đầu tiên là cho chạy một loạt đề mục trên tờ *Business Times* với chủ đề về bảo hiểm, sắp xếp từ A đến Z. Nôm na là mỗi chữ cái sẽ tương ứng với một vấn đề liên quan đến bảo hiểm, ví dụ như: "T" là chữ cái của "Tai nạn", "H" là chữ cái của "Hoả hoạn", "S" là chữ cái của "Sức khoẻ", và cứ như vậy. Biên tập của tờ *Business Times* lúc đó là ông Roy Mackie, một phóng viên lão làng người Scotland, đã tỏ ý nghi ngờ. Sau khi đã thưởng thức hết một chai whiskey của Bell (món đồ uống ưa thích của ông ấy), Roy đã khẳng định chắc nịch rằng: "Tôi không tin là có ai có thể viết mỗi tuần một đề mục về bảo hiểm và kéo dài tận 26 tuần mà vẫn có thể thu hút được sự chú ý của người đọc." Tôi cũng không tin. Nhưng dù sao tôi cũng đã thực hiện được điều đó.

Rắc rối duy nhất hoá ra lại nằm ở chữ cái cuối cùng: "Z", viết cái quỷ gì về bảo hiểm với chữ cái kén từ này bây giờ? Không có chính sách bảo hiểm nào liên quan tới chữ cái "Z" cả, Roy đã nói vậy. May mắn thay, một vài ly whiskey nữa đã phát huy tác dụng cho trí não của tôi. Đề mục cuối cùng được đặt tên là "Nếu đã lái xe thì đừng có say rượu (Zonk)!" Cách chơi chữ mạnh mẽ với từ "Bonk[(2)]" này đã khiến đề mục cuối cùng trở thành đề mục ăn khách nhất.

Sau chiến dịch, Times Publishing đã xuất bản một cuốn sách dựa trên 26 đề mục đã đăng. Bên cạnh đó là tập truyện tranh hài hước của hoạ sỹ nổi tiếng Aubrey Collette cũng dựa trên chủ đề đó. Nhận thức về thương hiệu Commercial Union tăng vọt trong tâm trí người tiêu dùng. Paul Frankland, vị CEO đương thời, rõ ràng có thể an tâm quẩy ở bar suốt mọi buổi tối sau đó.

Ballantine và hành trình tìm kho báu

Cuộc chiến trên thị trường rượu whiskey chưa bao giờ thôi khốc liệt. Bài toán thâm nhập thương hiệu và đứng vững trên thị trường này luôn nan giải hơn bất cứ thị trường nào khác.

Ballantine's, một nhãn hiệu rượu whiskey đến từ Scotland, thuộc sở hữu của Allied Walker, chỉ chiếm khoảng 2% thị phần ở Singapore. Thậm chí một người sành rượu cũng gặp khó khăn trong việc tìm kiếm quán bar nào đó chỉ bán duy nhất loại rượu Scotland này. Chen Yin Swee, CEO của Allied Walker, rốt cuộc cũng đã nhìn thấy một cơ hội để tăng doanh số bán hàng lúc đó. Và việc đó không có gì là vớ vẩn ở nhà máy bia rượu cả.

"Cuộc truy tìm kho báu vĩ đại của Ballantine's" ngay lập tức được khởi động khắp Singapore. Sáu chiếc rương kho báu đã bí mật được cất giấu và ngụy trang trên quốc đảo này. Tìm được một kho báu là bạn có một chuyến du lịch đến châu Phi và tên của mỗi chiếc rương được đặt tên theo từng bộ lạc châu Phi tương ứng. Cứ thứ Bảy hàng tuần, tờ *Business Times* sẽ đưa ra những gợi ý cho mỗi kho báu. Các gợi ý sẽ càng ngày càng chi tiết hơn.

Cuộc truy tìm đã nhanh chóng thu hút được sự chú ý của truyền thông và xã hội. Các bản tin thời sự trên ti vi đưa tin liên tục về hàng ngàn người leo núi xuyên qua Sentosa để tìm kiếm những kho báu của Ballantine's. Hàng dãy người xếp hàng từ sáng sớm bên ngoài trụ sở báo *Business Times* để mong có cơ hội biết được gợi ý sớm nhất, giành được ưu thế trong cuộc truy tìm kho báu. Những đứa trẻ thì vô cùng háo hức hỏi bố mình: "Bố đã mua chai Ballentine's nào chưa?" bởi vì đó là điều kiện tiên quyết để được tham gia tìm kho báu. Ballentine's nhanh chóng trở thành một loại thức uống thời thượng. Điệu trống ma mị của châu Phi đã cùng hoà nhịp đập với giai điệu thành công rộn rã của Ballentine's ở Singapore.

Vào thời điểm lễ Giáng sinh, doanh số bán hàng của Ballantine's đạt mốc cao gấp đôi trước đó. Bản thân tôi, dù là người trong cuộc, cũng bị mê hoặc và quyết định chuyển từ Johnny Walker sang.



Chương 2

BƠI GIỮA BIỂN CHÍNH TRỊ GIA

Phải công nhận một điều là đàn ông Úc rất "chuẩn men"! Nếu bạn không uống rượu, theo đuổi điên cuồng những cô gái và yêu thích thể thao, rất có thể mọi người ở xứ sở này sẽ xem bạn như là cánh liễu yếu đào tơ.

Vào mùa hè, bạn nên khăn gói đi đến sân vận động "Melbourne Cricket Ground" (MCG) để xem Úc đối đầu với Anh trong một trận đấu thử giành cúp *Ashes*, chiếc cúp thiêng liêng có hình dạng của một bình tro. Ở nơi ấy, bạn sẽ được cổ vũ điên cuồng với các anh em chí cốt, uống thật nhiều bia Fosters và cứ thế nhậu lai rai trong sáu tiếng đồng hồ tiếp đó.

Vào mùa đông, bạn sẽ tụ tập ở MCG với các bạn bè chiến hữu, nhưng là vào chiều thứ Bảy hàng tuần để xem một trận bóng kiểu Úc. Ở trận chung kết, bạn sẽ được hoà nhịp với đám đông hơn 90.000 người reo hò cổ vũ. Sức nóng sẽ càng được đẩy lên khi càng

ngày bạn càng uống nhiều bia hơn trong một khoảng thời gian ngắn kỷ lục. Và thứ đồ ăn duy nhất bạn cần có trong bao tử là một chiếc bánh có rưới sốt cà chua.

Bóng đá kiểu Úc đúng là chỉ tồn tại ở Úc! Nếu bạn không phải là người hâm mộ trung thành của một đội nào đó, bạn sẽ bị tẩy chay ngay. Mà không chỉ mỗi chuyện bóng đá, truyền thông ở đây chưa bao giờ ngừng nói về thể thao. Những cầu thủ danh tiếng nhất được tôn sùng như thánh. Nói không ngoa, ở Úc, thể thao chẳng khác gì một tôn giáo chính thống cả!

May mắn có được suất thực tập ở *Melbourne Age*, một tờ báo chuyên về thể thao, tôi được xem như là một "con chiên" của tôn giáo ấy. Lúc đó, đối thủ chính của *Melbourne Age* là tờ *The Sun*, và câu chuyện của tôi cũng bắt đầu từ sự cạnh tranh không khoan nhượng của hai đối thủ này.

Trong khoảng thời gian ấy, một vận động viên xe đạp của Úc giành được huy chương vàng ở đấu trường thế giới đã đã trở lại Melbourne và ngay lập tức được tôn vinh như một anh hùng.

Sự phấn khích đó không kéo dài được lâu khi một tin tức chấn động hơn nhiều lan tràn trên các báo: Vận động viên này bị cáo buộc sử dụng chất kích thích trong thi đấu. Để điều tra cáo buộc và đưa ra án phạt, bộ Thể thao của Úc đã tổ chức một cuộc họp kín ở trụ sở trong thành phố. Tôi đã được giao trách nhiệm đưa tin về sự kiện này. Tại buổi điều tra kể trên, có sự góp mặt của Jack Dunn, một phóng viên thể thao kỳ cựu của tờ *The Sun*. Dunn có một chân khập khiễng và đi cà nhắc, nhưng không thể không công nhận ông ta là một đối thủ đáng gờm.

Cuộc họp kéo dài đến lúc tối muộn. Vì phòng họp bị đóng kín nên cả Dunn và tôi đều phải kiên nhẫn ngồi chờ kết quả ở ghế bên ngoài. Cuối cùng thì cánh cửa cũng được mở ra. Ngài bộ trưởng xuất hiện với thông báo: "Uỷ ban đã đưa ra quyết định nhưng chưa thể công bố ngay hôm nay. Chúng tôi phải nói chuyện với gia đình anh ấy trước đã. Cảm ơn mọi người đã chờ đợi, chúc các bạn một buổi tối vui vẻ!"

Ngay lập tức, tôi vớ lấy điện thoại gọi ngay cho ban biên tập *The Age* về thông tin mới nhận được, sau đó về nhà ngủ luôn. Sáng sớm hôm sau, tôi đọc *The Age*, hài lòng khi thấy mẩu tin thông báo của mình đã được lên trang. Rồi hoảng hồn khi mắt vừa liếc qua tờ *The Sun*. Chình ình trên trang chủ là một cái tít to đến choáng váng: "Cấm thi đấu vĩnh viễn", độc quyền viết bởi Jack Dunn. Ở mặt sau là cái tít thậm chí còn khủng bố hơn: "Bị tước huy chương vàng". Trang giữa của báo lại còn có một bài mang tên: "Nước mắt của người vợ" kể về hoàn cảnh gia đình anh này sau khi nghe án phạt. Cứ như thể trang nào của tờ *The Sun* cũng là một câu chuyện lý thú về án phạt "chưa được công bố" tối hôm qua vậy.

Tôi đơ người ra ngay lúc đó. Tôi đã bị hớt tay trên. Chỉ muốn đào một cái lỗ mà chui xuống cho xong. Biên tập của tờ *The Age* lúc ấy là Graham Perkin đã gào vào mặt tôi: "Tối qua anh đã đi đâu? Chúng ta đã thua trắng rồi đó!

Tôi muốn nói lời giải thích nhưng khó lòng mở miệng được. Trong khi tôi đã đang yên giấc nồng ở nhà, Dunn đã tìm ra được một giải pháp cực kỳ hữu hiệu để săn tin. Dunn theo chân các ông trong ủy ban đến quán bar, rồi tham gia khi mấy ông này tán chuyện với nhau: "Jack, không được tiết lộ cái này với ai hết đấy: Chúng tôi đã cấm thi đấu vĩnh viễn anh chàng đó rồi!"

Chẳng tốn mấy thời gian, Dunn gọi đến ban biên tập của *The Sun* và nói vỏn vẹn vài từ khoá:

"Cấm thi đấu vĩnh viễn, không có thông báo chính thức, tin này là tin ngoài lề."

Uống thêm vài ly nữa và Dunn lại tiếp tục ghi điểm bằng việc moi ra được địa chỉ của gia đình tay vận động viên kia. Những phóng viên khác lập tức được Dunn giao việc qua điện thoại. Họ nghe các thông tin từ Dunn và đến tìm hiểu hoàn cảnh gia đình của vận động viên đó ngay trong đêm, còn Dunn thì tiếp tục đảm nhận chuyện giữ các ông lớn kia lại bàn rượu. Thông tin rò rỉ ngày càng nhiều, như một con thác đổ xuống không ngừng.

Sau cùng, Dunn thậm chí còn mò ra luôn được địa chỉ huấn luyện viên và bác sĩ của vận động viên ấy. Thật khó mà tin được! Khi tờ *The Age* cập nhật tin tức xong xuôi rồi, lúc bấy giờ đây mới đến lượt tôi đi vào quán bar uống rượu. Nhưng là để giải sầu.

Trải nghiệm trên chính trường

Rất nhiều phóng viên ngoài kia bị cuốn hút vào vòng xoáy PR. Lăn lộn một thời gian trong vòng xoáy đó, tôi quyết định bước lên một con đường mới cao cấp hơn nhiều. Còn gì khác ngoài tham gia trực tiếp vào chuyện chính sự. Sau hơn hai thập kỷ nắm quyền trên chính trường, Đảng Tự do ở Úc đã nhận lấy phần thua đau đớn trong cuộc tổng tuyển cử toàn quốc. Thủ tướng Chính phủ vừa lên là Billy McMahon đã thắng số phiếu áp đảo nhờ vào nỗ lực hết mình của Đảng Lao động.

Như thư ký liên bang của Mỹ là Henry Kissinger từng nói: “Quyền lực là chất kích thích hạng nặng.” Hành lang Quốc hội với những bức ảnh được treo lên đầy quyền uy hẳn nhiên đượm mùi quyền lực. Ngày hôm ấy, tôi ngồi ở đó, cảm thấy mình đang rất sung sức. Dù chỉ đang là một phóng viên chính trị trẻ ở Canberra, còn non tay nghề và rất hay lúng túng.

Sự xuất hiện của tôi ở hành lang hôm ấy nằm trong chiến dịch tìm kiếm người quản lý PR cho Ban Thư ký Liên bang của Đảng Tự do. Giờ đây, Đảng Tự do đã không còn chiếm ưu thế. Muốn trở lại với vị trí đầy quyền lực của mình thì đòi hỏi họ phải có một chiến lược khẩn cấp và hiệu quả tức thời.

Chính Ban Thư ký đã chủ động liên lạc để giới thiệu tôi ứng tuyển vào vị trí này. Ban đầu, lý trí bảo tôi rằng đừng dại gì dính dáng đến mấy chuyện nhức đầu như chính trị. Nhưng bản năng thì gào thét: “Sợ cái gì chứ? Cứ làm đi!”

Tôi có mặt lúc 6 giờ tối ở trụ sở của Đảng Tự do, một toà nhà màu đỏ được dựng uy nghiêm ở vùng ngoại ô Barton, cách không xa so với Toà nhà Quốc hội. Ở căn phòng rộng thênh thang ấy, ngài chủ

tịch, ông Bede Hartcher, ngồi trên một bàn hình chữ nhật dài, bao quanh là nửa tá cố vấn dày dạn kinh nghiệm. Một chiếc ghế gỗ đơn giản được đặt ở chính giữa phòng. Chỗ đó là dành cho tôi.

Và câu phỏng vấn đầu tiên: “Anh đã bầu cho ai trong cuộc bầu cử vừa qua?”

“Thưa ngài, là Đảng Lao động!”. Câu trả lời vuột khỏi miệng tôi như một phản xạ không điều kiện.

Ngay tức khắc, sự tĩnh lặng bao trùm khắp căn phòng. Ánh nhìn ngờ vực hiển hiện rõ trên nét mặt của ban cố vấn.

Tôi đáp lại bằng một thái độ dứt khoát:

“Tuy nhiên, tôi không nghĩ vấn đề nằm ở chỗ tôi bầu cho ai. Vấn đề là tôi đến đây để ứng tuyển, nghĩa là tôi tự tin mình có thể nghĩ ra một chiến dịch hiệu quả, giúp các ông thu hút được lòng tin của dân chúng.”

“Cảm ơn anh. Mời anh chờ bên ngoài.”

Nhận được câu đáp lại như thế, tôi trở ra hành lang với tâm trạng rất hoang mang. Không biết có nên nhảy lên xe ô tô và chuồn lẹ đi hay đứng lại chờ một kết quả bất ngờ nào đó.

Mọi chuyện diễn ra theo hướng kỳ quặc hơn tôi tưởng. Ông Bede gọi tôi vào, rủ tôi cùng đi uống với ông và những thành viên khác trong ban tư vấn. Thế rồi ở quán bar hôm đó, ông đã hỏi tôi:

“Anh muốn uống gì?”

“Vui lòng cho tôi một ly gin-tonic.”

Và ngay trước khi tôi kịp hớp một ngụm, ông Bede đã chen ngang:

“Chúc mừng! Chúng tôi quyết định cho anh nắm giữ vị trí Quản lý PR rồi đấy.”

“Thật vậy sao? Cảm ơn ngài!” Tôi buột miệng lần nữa. Và phấn khích đến độ quay ngay sang quầy bar gọi lớn. “Cho tôi một ly đúp nhé!”

Nơi làm việc của tôi tại Ban Thư ký Đảng Tự do có kích cỡ gần bằng cả căn nhà tôi lúc đó. Căn phòng này cũng chính là nơi mà Marjorie, trợ lý cá nhân có thâm niên làm việc dày dạn của Đảng Tự do, làm việc. Ở độ tuổi trung niên, bà ấy hiểu rõ về Đảng Tự do còn hơn cả ngài chủ tịch. Tôi biết đó không phải là điều thuận lợi cho mình.

“Thưa ngài Bede,” Tôi đề xuất với chủ tịch. “Tôi không nghĩ mình làm việc hợp với Marjorie.”

“Thế thì cho bà ấy nghỉ đi.”

“Tôi e rằng tôi không đủ thẩm quyền.”

“Vậy anh cứ để tôi lo!”

Marjorie, thổn thức trong tiếng nấc, làm cho tâm trí tôi hơi xám xịt lại đôi chút. Tuy vậy, công việc là công việc. Tôi còn trẻ và tôi tỉnh táo để biết khi nào thì nên thông cảm và lúc nào không.

Một nữ trợ lý tóc vàng cực kỳ gợi cảm được thay thế vào vị trí của bà Marjorie. Cô ấy hỏi tôi công việc của cô ấy là gì. Và tôi trả lời tỉnh bơ hết sức có thể:

“Cứ nửa tiếng, cô kiếm cớ lượn qua trước mặt Ban Thư ký. Và bất cứ ai hỏi tôi đang làm gì, cứ bảo với họ rằng tôi đang bận. Đó! Công việc của cô đơn giản có thế thôi!”

Không khó hiểu khi cô ấy đã “linh động” sử dụng khoảng thời gian ở nơi làm việc cho việc sơn móng tay và gọi điện thoại cho bạn trai. Còn tôi thì có tha hồ thời gian để học những mánh khóe trong nghề mà không sợ bị ai làm phiền cả.

Khoảng thời gian đó, tôi đã học được nhiều việc với tốc độ kinh hoàng. Bị ném vào hồ sâu, bạn sẽ ở trong tình huống một mất một còn. Một khoảng thời gian ngắn sau đó, tôi rời bỏ “phao bơi” tạm thời là cô nàng vàng hoe kia và tuyển dụng một trợ lý riêng thật sự cho mình.

Cuộc bầu cử đã đến. Về câu khẩu hiệu của Đảng, tôi đã đề xuất: “Tiến về phía trước cùng Đảng Tự do”. Bill Snedden, thủ lĩnh Đảng, thích nó. Và tôi mang theo câu khẩu hiệu đó, di chuyển đến các tuyển cử đoàn khắp cả nước để kêu gọi sự ủng hộ cho ứng viên bên Đảng của mình. Tuy vậy, đời không như mơ. Đảng Tự do lại thua cuộc. Snedden vuột mất vị trí thủ lĩnh. Còn lại mỗi tôi, chẳng hiểu thế quái nào, vẫn được giữ nguyên vị trí của mình.

Malcolm Fraser lên nắm quyền sau đó, tiếp tục hành trình chạy đua đến chức Thủ tướng của Đảng Tự do. Fraser là một người cao lớn và ông mắc chứng “nghiện làm việc”.

Chuỗi chiến dịch ở Queensland đúng nghĩa là đi, đi, đi và đi suốt, bất kể là ngày hay đêm. Nửa đêm hôm đó, chuông điện thoại phòng khách sạn của tôi réo vang:

“Michael, tôi vừa đọc được một bản báo cáo từ OECD(1) về tình hình thuế quan của ngành nông nghiệp. Tôi cần anh chuẩn bị một bản thông cáo cho cánh báo chí vào sáng hôm nay.”

“Nhưng vào giờ này thì làm sao tôi liên hệ ai để lấy thông tin được kia chứ?” Tôi lấy cớ.

“Không được bàn lùi.” Nói rồi, ông ta dập máy.

Cuộc trò chuyện qua điện thoại ngắn ngủi (và kinh hoàng) có vậy thôi. Dành suốt đêm ngồi nhặt chữ cho bản thông cáo của mình, tôi có phần tự hào khi hoàn thành công việc đúng hạn. Thế nhưng, câu nói của Fraser sáng hôm đó chẳng khác gì gáo nước lạnh dội vào đầu tôi:

"Tôi đổi ý rồi, Michael."

Ngày Chủ nhật ở khu vực Gold Coast của Queensland thì có vẻ khá khẩm hơn nhiều. Tôi có một vài tiếng đồng hồ rảnh rỗi, tha hồ đi dọc bờ biển để đón lấy ánh nắng và đuổi theo những con sóng. Hoặc là nằm dọc trên bãi cát, ngắm nhìn những cô nàng gợi cảm trong các bộ bikini quyến rũ và nghe nhạc thật lớn. Thật là một buổi chiều thư thái. Thế rồi mọi chuyện như đảo lộn với chỉ một cú điện thoại khẩn cấp:

"Công việc cho Michael de Kretser: Vui lòng gửi báo cáo đến Khách sạn Crest ngay lập tức." Fraser đang cần một bản thông cáo báo chí mới hoàn toàn.

Ngồi đợi Fraser ở bàn ăn sáng, tôi thử bắt chuyện với vợ của ông ấy là bà Tammy.

"Cậu có muốn nghe chuyện hài không?" Bà hỏi. Rồi bà bắt đầu kể.

"Tối hôm qua, trong lúc tôi đang nằm ngủ trên giường thì Malcolm vẫn cứ mải mê viết báo cáo bên chồng giấy lộn xộn. Tôi mới nói đùa với ông chồng quý hoá của mình rằng dù gì thì gì Đảng Tự do vẫn chưa nắm được nhiều quyền lực trong tay, sao không nghĩ mọi chuyện bớt nghiêm trọng hơn và giảm thiểu công việc của mình lại? Thế rồi anh có biết ông trả lời sao không? Ông nói là ý kiến của tôi đúng quá, và lát nữa trước khi đi ngủ ông sẽ giảm thiểu bớt một việc là... đánh răng."

Kể xong, bà Tammy cười lớn. Còn tôi thì chỉ biết ngả mũ thán phục người đàn ông này.

Quyền lực ở mọi nơi

Một trong những người tiên phong trong ngành hàng không Úc là Reginald Ansett. Ông đã tạo ra dòng máy bay thương mại ở Úc trước cả khi Richard Branson[(2)] hay Tony Fernandes[(3)] kịp loé lên ý tưởng

về điều đó. Reginald Ansett có thể được xem như là một người anh hùng xét về mặt này.

Reginald chọn tôi làm quản lý PR cho hãng của ông ấy. Xét về khía cạnh tính cách mà nói, triệu phú độc lập này hơi cáu kỉnh và bộc trực, đối với ông, hiệu quả công việc là trên hết. Ngoài lề một chút thì phương tiện đi làm của Reginald là... trực thăng, bay thẳng từ chỗ ở của ông ta là khu nghỉ dưỡng nằm cạnh bờ biển và núi Eliza đến nơi làm việc.

Ở hãng Ansett, tôi kết thân sớm nhất với cô trưởng bộ phận tiếp viên hàng không. Về chuyện này, tôi cho rằng mình khá sáng suốt. Khi thời tiết ở Melbourne chuyển mưa, lạnh và khắc nghiệt dần đi, tôi sẽ gọi điện đến người quản lý hãng ở các khu vực ấm áp như Cairns hay Sydney, đề nghị một chuyến viếng thăm. Rồi tôi sẽ kiểm tra trong danh sách chuyến bay xem các cô tiếp viên hàng không yêu thích của mình phục vụ ở chuyến nào. Và sau đó chỉ đơn giản là đặt vé mà thôi.

“Thật tuyệt khi được gặp anh trên chuyến này.” Cô trưởng bộ phận tiếp viên hàng không lên tiếng ngay khi nhận ra sự có mặt của tôi trên chuyến bay đến Cairns. Chừng đó cũng đủ khiến tôi vui rồi.

Được bay vòng quanh nước Úc và học hỏi kinh nghiệm kinh doanh ngành du lịch từ Reginald quả thực là một vinh hạnh và điều đó biến công việc của tôi ở hãng Ansett khi ấy trở nên tuyệt vời hơn bao giờ hết.

Trở lại câu nói của Kissinger tôi có nhắc đến ở phần trên, câu nói đó quá đúng về tiền bạc: “Quyền lực đúng là chất kích thích hạng nặng!”



Chương 3

ĐI XE BUÝT VÒNG QUANH THÀNH PHỐ: Thiết lập mạng lưới MDK

Tối nọ, tôi có cơ hội ngồi uống với một ông trùm kinh doanh người Hoa tên là Eddie "Two Thumbs" Wong. Từ "two thumbs" (hai ngón tay cái) ám chỉ người được sinh ra dưới chòm sao may mắn. Và quả thật Eddie Wong rất hên, ông ta bảo với tôi rằng chưa bao giờ ông bị vợ bắt quả tang khi ngoại tình! (Và thực ra điều này chỉ được tiết lộ khi chúng tôi đã say sưa đến chai XO Cognac mà thôi).

"Luôn bỏ ra 2 đô la để đi xe buýt vòng quanh thành phố." Wong nói với vẻ tự hào. "Không có rắc rối gì trong chuyện đó. Và khi lên xe rồi cũng không cần trở lại luôn."

Nói xong, ông cười lớn. Giá như tôi học được những triết lý sống như thế này từ ông ta sớm hơn thì hay biết mấy.

Quay trở lại thập niên 80, có lẽ tôi cũng làm đúng điều ông ta chia sẻ (và vừa mới nhận ra bản chất của việc đó). Nhưng 2 đô cho xe

buýt ấy không phải để chiều chuộng những cô hầu gái, mà là để thiết lập mạng lưới của MDK rộng khắp châu Á này.

Trong một dịp khác, khi được gặp gỡ và trò chuyện với Mark McCormack, nhà sáng lập của IMG (một công ty quản lý quốc tế chuyên về mảng vận động viên và người nổi tiếng) trong một giải đấu golf, ông ta đã khuyên những điều khiến tôi chiêm nghiệm suốt cả cuộc đời. Một trong số những lời khuyên ấy là về vấn đề khởi nghiệp.

“Khi bắt đầu thành lập một công ty, ba nhân viên đầu tiên anh nên tuyển dụng là một kế toán tốt, một thợ cắt tóc thật cừ và một thợ may thật xuất sắc.” Nếu tôi tuyển được một kế toán viên giỏi và trung thực ngay từ ban đầu, tôi đã chẳng dây dưa vào ít nhất một nửa rắc rối mà tôi gặp phải suốt những năm vừa qua.

Vận may ở Hong Kong

Công ty vùng đầu tiên của chúng tôi là Hong Kong, nơi đã từng là thuộc địa “béo bở”của Anh, nhưng khi chúng tôi đặt chân đến đây, có thể nói Hong Kong đang ở những thập niên tươi sáng.

Vào thời điểm ấy, Trung Quốc vẫn đang lười biếng ngủ như gấu trúc, còn Hong Kong đã là đất nước đáng ghen tị nhất trong mắt các quốc gia còn lại ở châu Á. Người dân ở đây hoặc là làm ra hoặc là tiêu đi hàng triệu, hàng tỉ đồng trong vài tiếng đồng hồ, chứ không phải là ngày, tuần hay tháng. Lượng champagne và Cognac tiêu thụ trong các sự kiện ở đây còn nhiều hơn cả ở Pháp. Với một vài đồng trong túi và địa chỉ của khách sạn giá rẻ Wan Chai, tôi đến Hong Kong, hoà mình vào không khí nhộn nhịp nơi đây.

Để MDK có những bước đi đầu tiên ở mảnh đất nào đó, nhất thiết tôi phải chọn một khách hàng đủ tầm. Trong khoảng thời gian trước đó, ở MDK Singapore, chúng tôi đã có một cuộc thương lượng khá thú vị với khách hàng là Sheraton Towers mới mở tại Scotts Road. Tại buổi họp ngắn sau khi giành được khách hàng, CEO vùng châu Á-Thái Bình Dương là Richard Hartman đã bảo với tôi rằng: “Nếu

bằng cách nào đó anh có thể đưa Sheraton Towers vào bảng xếp hạng 10 khách sạn thương mại lớn nhất thế giới theo bình chọn của tạp chí *Interrnational Business Traveller*, tôi sẽ trả cho anh bất cứ thứ gì anh muốn.”

Hartman là mẫu người nghiêm túc và quả quyết trong lời nói của mình, y như một cảnh sát Chicago thứ thiệt. Lời ông ta nói chắc như đinh đóng cột.

Một năm sau, Sheraton Towers đã xuất hiện trên bảng xếp hạng đó ở vị trí thứ bảy. Quá tuyệt! Vừa may MDK lại đang chuẩn bị mở công ty ở Hong Kong, thế là tôi quyết định đến gặp Hartman trực tiếp tại trụ sở của Sheraton ở quốc gia này.

Buổi gặp gỡ diễn ra vào một sáng thứ Bảy đẹp trời. Tôi khoác lên mình bộ vest chỉn chu nhất cùng đôi giày bóng loáng, nhắn tin báo Hartman rằng tôi đang đến để thông báo mong muốn của mình.

“Vậy anh muốn tôi trả cho anh thứ gì đây?”

Hẳn nhiên, thứ tôi chọn là PR account đắt giá nhất Hong Kong.

“PR account của Sheraton châu Á - Thái Bình Dương.”

Không đến một cái nháy mắt, Hartman đáp thẳng:

“Nó là của cậu.”

Với câu nói ấy, đội ngũ MDK Hong Kong đã có một buổi tiệc ăn mừng thật linh đình. Tôi còn tự tin về may mắn của mình đến nỗi đã bắt một chiếc taxi đến trường đua ngựa ở Happy Valley. Và bạn có tin được không? Chỉ một vài cú đặt cược đã mang về số tiền đủ để chi trả cho cả một đêm tiệc dài! Cờ bạc và đua ngựa ở Hong Kong chính xác là trò tiêu khiển quốc dân, thậm chí có thể gọi là một cơn nghiện cực lớn.

Ở bất cứ thành phố nào tôi đều chọn ra một địa điểm ưa thích để thưởng thức những cốc bia lạnh đầy sảng khoái, trong trường hợp

này ở Hong Kong thì nơi được chọn nằm ngay trên con phố lịch sử Ice House, Câu lạc bộ Phóng viên Ngoại quốc (Foreign Correspondents Club – FCC). Nơi đây được cho là câu lạc bộ báo chí nổi tiếng nhất thế giới, và đồng thời cũng là nơi quy tụ nhiều tiếng nói xã hội nhất.

Tại bất cứ thời điểm nào trong ngày, bạn sẽ tìm thấy những tay phóng viên tựa lưng vào quầy bar, sẵn lòng lắng nghe những câu chuyện thú vị xảy ra trên thế giới. Thông thường thì mua tặng họ một hoặc hai ly rượu, bạn sẽ đưa được câu chuyện khách hàng của mình muốn lên báo mới vào ngày hôm sau.

Cách tôi làm chỉ đơn giản có vậy thôi.

Đài Bắc ngọt ngào

Chuyện là MDK vừa giành được account của World Gold Council và chúng tôi phải nhanh chóng xây dựng một văn phòng ở Đài Loan.

Tôi chưa bao giờ đặt chân đến Đài Loan và cũng không nói được một từ tiếng Hoa nào, tuy thế công việc vẫn là công việc và văn phòng vẫn phải được gấp rút xây nên ở mảnh đất này. Khi đã có mặt ở Đài Bắc, địa điểm đầu tiên tôi tìm đến là các khách sạn rẻ nhất. Những khách sạn này còn có tên là "khách sạn tình yêu", nơi mà người dân địa phương đặt phòng chỉ từ một đến hai giờ để làm thứ mà các cặp tình nhân thường làm với nhau trong đó.

Việc tìm ra một khách sạn loại này không khó khăn cho lắm. Chỉ có điều hơi bối rối lúc bà chủ khách sạn nhìn tôi và hỏi:

"Cậu định thuê phòng này đến khi nào?"

"Một tuần, thưa chị."

Bà ta chỉ đơn giản là nháy mắt và cười, cũng quá đủ để khiến tôi chột dạ.

Trên bức tường nằm sau quầy lễ tân, một loạt những hình ảnh của các phòng ngủ được treo lên đa hình đa sắc. Vài phòng trong số đó có giường hình tròn, giường hình trái tim, gương gắn ở trên trần nhà, rồi thêm cả lò sưởi “nhái”. Màu sắc thôi thì đủ loại: hồng rực rỡ, xanh lá cây tươi, đỏ, xanh da trời, cam và đen thẫm.

Tôi lấy chìa khoá của mình và đi thẳng đến phòng. Đằng sau lưng, tiếng mời chào của bà chủ vẫn hết sức nồng nhiệt:

“Nếu muốn một em phục vụ xinh đẹp và nhiệt tình thì bảo với chị nhé!”

Đài Bắc có vẻ rất thú vị đây!

Hầu như không ai ở mảnh đất này nói được tiếng Anh, kể cả cánh tài xế taxi. Bởi vậy, tôi cần phải tìm gấp một phiên dịch cho mình.

Đài Loan chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ Hoa Kỳ, và khu đèn đỏ của Đài Bắc được ví như “chiến trường”. Ở đây tập hợp đông đảo các quán bar, câu lạc bộ đêm, nhà hàng, và các cô gái Đài Loan chân dài sẵn sàng đáp ứng nhu cầu của bạn ở một mức giá tương xứng nào đó. Quán bar yêu thích của tôi có tên là Shaling Club, nằm ở tầng đầu tiên của một toà nhà sặc sỡ ánh đèn neon. Ấy vậy mà nó mang vẻ cổ điển hơn bất kỳ bar nào khác.

Thật đáng ngạc nhiên là ở hầu hết các bar, những cô gái phục vụ nói tiếng Anh rất chuẩn. Sau một vài ly rượu, tôi đề nghị một trong những cô gái đó giúp đỡ cho nhu cầu cần kíp của tôi. Suốt cả buổi nói chuyện trước đó, tôi chưa từng thấy vẻ hào hứng hiển hiện rõ trên mặt cô ấy như lúc này. Cô ta hứa hẹn sẽ cho tôi một đêm thật ngọt ngào và thật dài, miễn là tôi có đủ tiền chi trả. Và tôi đã làm cô ấy ngạc nhiên hết cỡ khi thú thật rằng tôi chỉ muốn nhờ cô làm phiên dịch cho mình mà thôi.

Vài tuần trôi qua. Với sự giúp đỡ tận tình, tốt bụng và hết sức tuyệt vời của Li Xiang, cô gái tôi nhắc đến ở trên, văn phòng đã tìm được một địa điểm thích hợp và MDK Đài Loan bắt đầu việc kinh

doanh của mình. Sau một ngày đi tới đi lui trên những con đường với tình trạng giao thông khủng khiếp đầy những chiếc xe máy réo còi inh ỏi, cuối cùng chúng tôi cũng đến được Shaling Club và cùng nhau thưởng thức những giọt bia mát lạnh sảng khoái.

Ở Shaling Club, sau khi đã uống một, hai ly bia lạnh, nhiều chuyện thú vị bất ngờ sẽ diễn ra. Hay theo cách gọi của phương Tây, những sự kiện đó thật sự "vô định", khó đoán trước. Ví dụ như đêm nọ, một gã mà tôi chỉ vừa mới uống chung một chầu bia đã tỏ ra rất am hiểu khi nghe tôi nhắc đến buổi chào hàng sáng sớm mai cho account của thương hiệu bút Parker Pen. Gã ta bảo tôi rằng có một cây bút Parker Pen được đặt trong bảo tàng địa phương, ghi dấu việc Tôn Trung Sơn, vị chủ tịch đầu tiên của nước Cộng hoà Dân chủ Nhân dân Trung Hoa đã dùng để ký một văn bản tối quan trọng. Thật sự thông tin này đối với tôi quý như vàng! Và đó cũng là yếu tố tiên quyết giúp tôi giành được chiến thắng ở buổi giới thiệu sau đó.

Thật sự thế giới xung quanh ta vốn dĩ đã ẩn chứa rất nhiều gợi ý tốt cho việc kinh doanh. Tôi phải thừa nhận rằng có những ý tưởng rất tuyệt vời đã đến với tôi trong lúc ngồi ở quán bar nhâm nhi ly rượu. Đối với bản thân tôi, nơi ấy chẳng khác gì thư viện cho những điều sáng tạo tột cùng.

Bà chủ ở khách sạn tình yêu nhanh chóng gắn bó với tôi như người ruột thịt, những bữa ăn với gia đình bà ấy đã trở thành một phần ký ức mà tôi không thể nào quên. Tôi nói chuyện thật nhiều, dù đôi lúc gặp khó khăn khi diễn tả điều mình muốn bằng vốn từ tiếng Hoa ít ỏi. Xuyên suốt những bữa ăn ấy là những tiếng cười giòn giã.

Một ngày nọ, sau khi du ngoạn vòng quanh thành phố, tôi bắt một chiếc taxi về lại khách sạn, để rồi giật mình khi phát hiện ra tôi đã để lại toàn bộ hành lý, hộ chiếu, ví... trên taxi! Tôi vô cùng hoảng loạn.

"Để chị thử giúp cưng xem sao."

Khi nghe bà chủ khách sạn nói thế, tôi cứ ngỡ đó chỉ là lời an ủi mà thôi. Tôi về phòng, ôm đầu ủ rũ. Cho đến khi bà ấy xuất hiện cùng với cặp hành lý của tôi, mọi thứ bên trong vẫn nguyên vẹn.

Nếu tôi lựa chọn ở một khách sạn năm sao thì có lẽ tôi không bao giờ thấy được túi hành lý của mình nữa! Cái chuỗi thủ tục báo cho nhân viên khách sạn, báo cho đồn cảnh sát địa phương, điền vào một đống giấy tờ, chẳng thể nào trả về những thứ tôi bị mất. Nhưng bà chủ nhà trọ thì làm được điều đó! Sức mạnh của mạng lưới ngầm và những mối quan hệ bên trong đôi khi lớn hơn cả quyền uy chính thống.

Những năm về sau, cứ mỗi lần đến Đài Bắc là tôi lại ghé khách sạn tình yêu của bà chủ. Cho đến ngày nọ, tôi tuyệt vọng nhận ra khu vực này đã bị chính quyền địa phương giải toả. Đó là một trong những ngày buồn nhất.

Dù vậy, lúc đó khả năng tài chính cũng đã cho phép tôi có lựa chọn thứ hai kém hơn đôi chút nhưng tính ra vẫn không tồi: Thuê phòng ở các khách sạn năm sao.

Bangkok gợi cảm

Đầu thập niên 80, chuyến đi đầu tiên của tôi đến Bangkok là để tham dự một giải đấu cricket. Trận đấu đầu tiên diễn ra vào thứ Bảy tại Câu lạc bộ Thể thao nằm ở trung tâm của một trường đua ngựa, với những dãy khán đài siêu rộng lớn. Đối thủ của chúng tôi lúc bấy giờ là Các Câu lạc bộ Thể thao Bangkok.

Khoảng 10 ngàn người có mặt mỗi chiều thứ Bảy để tham gia đặt cược cho các cuộc đua ngựa diễn ra ở đây. Giữa những tràng vỗ tay như sấm và la hét ầm ĩ của đám đông cho mỗi cuộc đua, chúng tôi vẫn bình thản chơi cricket, cố gắng không để ý đến xung quanh. Cứ mỗi lần tôi đánh trúng một quả số bốn, tiếng reo hò trên khán đài lại vang lên không ngớt. Hẳn nhiên sự cổ vũ ấy là dành cho con ngựa vừa cán đích chứ không phải dành tặng cú đánh đẹp của tôi. Nhưng

chuyện đó chẳng quan trọng lắm, tôi vẫn ngả mũ về phía khán giả thể hiện sự cảm kích.

Cứ sau mỗi trận đấu, chúng tôi lại đến Patpong, một con phố tập hợp các quán bar và những cô gái xinh đẹp. Suốt đêm, mọi người uống rượu ở quầy trong khi các vũ công biểu diễn những vũ điệu gợi tình trên những chiếc bàn ở phía đối diện. Trông họ khéo léo và thành thục hơn cả những chuyên gia uốn dẻo của Cirque du Soleil. Tuy vậy, cứ mỗi sáng thức dậy sau một đêm chè chén là tôi lại chẳng nhớ được gì, lại còn bị cơn đau đầu hành hạ. "Chuyện quái quỷ gì xảy ra tối qua vậy?" là câu hỏi duy nhất xuất hiện trong tâm trí tôi.

Những cô gái Thái lúc nào cũng khoác lên mình vẻ ngoài quyến rũ, thân thiện và hay giúp đỡ. Nhưng ẩn chứa bên trong là một tính cách sắc bén chẳng kém gì những chiếc móng tay được tỉa dũa cẩn thận của họ. Người bạn Thái Lan của tôi có tên là Frangipani đã đưa tôi một ví dụ điển hình về chuyện nên cảnh giác điều gì ở phụ nữ nơi đây:

"Nếu một cô gái Thái phát hiện ra người yêu của mình đang ngủ với một cô gái khác, chắc chắn "của quý" của anh ta sẽ bị cô ấy... cắt và ném vào chuồng vịt."

Hầu hết các cô gái đến Bangkok đều có xuất thân từ các vùng nghèo ở phía Đông Bắc. Họ chọn cho mình những cái tên tiếng Anh kiều diễm, phần lớn là tên của các loài hoa. Vậy nên cứ mỗi khi màn đêm buông xuống, Thái Lan cứ như là một "vườn hoa" muôn màu muôn vẻ vậy.

Khi tôi quay lại Bangkok để xây dựng mạng lưới MDK ở đây, Patpong đã trở thành một vùng đất cấm.

Tôi cần một ai đó để quản lý công ty ở đây và Richard Jenkins, quản lý bán hàng về mảng truyền thông của *Newsweek* ở Singapore, đã được chọn. Anh ấy là một người Anh còn khá trẻ, có vẻ ngoài điển trai và thái độ hòa nhã. Các cô gái yêu vẻ ngoài tao nhã ấy của

Richard Jenkins, một yếu tố quá thuận lợi để làm nên thành công của một người bán hàng.

Jenkins gần đây mới rời khỏi London và chưa từng đặt chân đến Thái Lan. Thêm vào đó, anh ấy cũng chưa quen với văn hoá bản địa. Nhưng chuyện đó có hề gì khi anh ta đã có sẵn khả năng bán hàng thiên phú. Tôi cần một người có nghị lực để mở một công ty mới. Jenkins chính là người đó. Hãy thử tưởng tượng xem tôi đã phải vất vả để lôi Jenkins ra khỏi tờ *Newsweek* bằng cách nào!

Hai chúng tôi đáp máy bay cho hành trình hoàn toàn mới ở Bangkok. Trên chuyến bay, tôi dự tính cho Jenkins ngà ngà say trước khi máy bay hạ cánh. Đường tới khách sạn mà có quán bar nào dễ thương thì chúng tôi cũng chui vào uống tiếp. Tất cả những việc đó nhằm một mục đích duy nhất: Jenkins sẽ nhìn Bangkok dưới một lăng kính màu hồng.

Khách sạn hai sao nằm ở trung tâm Bangkok là lựa chọn đầu tiên của chúng tôi, với mức giá là 500 bath một đêm. Jenkins thất kinh khi nhìn thấy cái phòng, dù tôi đã chuốc rượu cho anh ấy rất nhiều trên đường đến đây.

“Mấy tháng tới tôi sẽ phải sống ở cái ổ chuột này ư?” Jenkin lắp bắp hỏi.

“Đúng rồi! Nhưng nó cũng đâu đến nỗi tệ lắm?”

Nghe được câu xác nhận chính thức từ tôi, hàm anh ta như rớt ra bên ngoài vậy.

Trong khi Jenkins loay hoay tìm cách mang bộ đồ chơi golf và một vali đầy ắp quần áo lên cầu thang, tôi khá thảnh thơi với đống đồ đạc của mình. Vậy nên ý tưởng về một cuộc hẹn ăn mừng tân gia đã ngay lập tức loé lên trong đầu:

“Dọn đồ xong xuôi rồi thì gặp tôi ở Lipstick Bar nhé!”

Thế nhưng, mới ngồi chưa nóng chỗ trong phòng riêng, tôi đã nghe thấy tiếng gõ cửa dồn dập. Jenkins ló mặt vào, thất thanh nói:

“Phòng tôi không có cái cửa sổ nào cả!”

Rồi cậu ta đảo mắt khắp phòng tôi và nhìn thấy một cái cửa sổ nhỏ. Chừng đó đã quá đủ để Jenkins buột miệng nói tiếp.

“Đổi phòng đi! Tôi thích phòng anh hơn.”

Trong bữa ăn sáng vào ngày hôm sau, Jenkins nhận ra MDK chưa có văn phòng ở nơi này, chưa có khách hàng và cũng chưa có nhân viên luôn. Nhưng anh ta là một gã đáng nể và những thử thách ấy chỉ làm Jenkins thêm sôi sục quyết tâm mà thôi.

Kế hoạch cho những ngày kế tiếp là có được trong tay ba đến bốn khách hàng, thuê một vài nhân viên và gây dựng một văn phòng ở nơi đây. Vì không có mối quan hệ nào ở Bangkok nên chúng tôi phải gọi một loạt các cuộc gọi xã giao đến những CEO và giám đốc marketing trong vùng. Chỉ có hai gã đàn ông với một nhiệm vụ lớn. Chưa bao giờ tôi trông đợi nghệ thuật bán hàng của mình sẽ phát huy tác dụng như lúc này cả.

Một trong những cuộc hẹn đầu tiên là với giám đốc marketing của Polaris, công ty sản xuất nước đóng chai hàng đầu ở quốc gia này. Ông ấy trạc tuổi 50 và nói tiếng Anh rất lưu loát. Tôi kể cho ông ta nghe về chuyện MDK đang khởi động ở Bangkok như thế nào và ước muốn có được Polaris làm khách hàng đối với chúng tôi quan trọng ra sao.

Lắng nghe thật kiên nhẫn, rồi với thái độ lịch sự như bao người Thái Lan khác, ông ấy bảo rằng công ty của ông vốn dĩ đã có đối tác PR của mình. Thế nhưng trong tương lai, ông rất hi vọng có cơ hội làm việc với MDK. Nói như thế chẳng khác gì ông ấy muốn chúng tôi đứng dậy, bắt tay, cảm ơn một cách khách sáo và ra về. Nhưng không! Chúng tôi vẫn ngồi trơ mặt ra đó, đưa thêm nhiều lý do tại sao ông ấy nên chọn chúng tôi chứ không phải công ty khác. Thời

gian cứ trôi qua chậm rãi từng tích tắc một và tôi mong rằng phải nghe nói nhiều đến phát mệt như thế, ông ta sẽ cân nhắc việc trả lời "Có!" để xua chúng tôi ra khỏi văn phòng công ty.

Quả thực là như thế! Cuối cùng, ông ấy đã phải nói rằng:

"Được rồi, chúng tôi sẽ cho bên các anh một cơ hội vậy."

Chúng tôi nhảy múa, bắt tay nồng nhiệt với ông ấy, bước vào thang máy và cứ thế tiến thẳng đến quán bar gần nhất.

Cứ dựa theo cách làm trơ lỳ bên trên, chúng tôi đã kiếm thêm được bốn khách hàng trong vòng hai ngày tiếp theo. Chừng đó quá đủ để chúng tôi bố trí một văn phòng và thuê một nữ thư ký xinh đẹp như hoa hậu Thái Lan.

MDK càng mở rộng thì Jenkins phải mỉm cười ngày càng nhiều. Riết rồi tôi thấy không ai xứng đáng đạt danh hiệu: "Vua của xứ sở nụ cười" bằng anh ta.

Bangkok cũng đã gửi tặng Jenkins một cái kết đẹp như cổ tích. Sau một vài năm điều hành MDK Bangkok, anh ta đã cưới được một trong những người phụ nữ giàu nhất nước này. Anh ta nhanh chóng về hưu và chuyển đến sống ở California đầy nắng. Đôi khi những gã đàn ông tốt thường nhận được những đặc ân ngọt ngào của cuộc sống. Không phải lúc nào cũng là tiền. Trong trường hợp của Jenkins, tôi nghĩ đó là tình yêu.

Vận rủi ở Jakarta

MDK đã xây dựng danh tiếng của mình trong ngành du lịch và lữ hành. Công ty của chúng tôi đã xây dựng chiến dịch quảng bá cho tỉnh Sarawak của Malaysia, Queensland, Bắc Úc, những hãng hàng không như Qantas và nhiều khách sạn danh tiếng như Singapore's Raffles.

Một ngày nọ, tôi nhận được điện thoại từ chính phủ Indonesia. Cuộc điện thoại đến ngay sau cái tin khủng khiếp về thảm hoạ đánh

bom ở Bali làm chấn động cả thế giới. Vụ đánh bom đó đã tác động không nhỏ đến ngành du lịch của quốc gia này trong khi đó là nguồn lực sống còn của nền kinh tế nơi đây.

Ở Jakarta, tôi đã được diện kiến hai nhân vật cỡ bự của Indonesia là tổng thống Megawati Sukarnoputri và Bộ trưởng Bộ Du lịch. Tổng thống Megawati là con gái ruột của Tổng thống Sukarno, một người đàn ông cứng rắn. Cuộc thảo luận của chúng tôi xoay quanh việc đề xuất một chiến lược để đưa Bali thoát khỏi khủng hoảng, trở về với việc kinh doanh và du khách lại ghé thăm đảo quốc thiên đường này nhiều lần nữa.

Thời gian đó, tôi được sắp xếp chỗ ở trong khách sạn J.W.Marriott. Rất nhiều cuộc gặp đã được tổ chức ở những quán cà phê bên trong khách sạn này, nơi tôi luôn có đu đủ kèm theo chanh trong bữa sáng của mình. Như mọi khi, các dịch vụ ở Indonesia luôn ấm áp và thân thiện.

Có một thiếu nữ trông khá duyên dáng tên là Santi, không cao lắm, mặc bộ đồng phục khách sạn. Cô ấy đã đi từ vùng Bandung[(1)] đến đây để tìm kiếm một công việc thích hợp cho bản thân giữa lòng thủ đô nhộn nhịp. Công việc của cô khá là đơn giản: Mở cửa cho khách ở lối vào của khách sạn, kể cả khách vào hay khách ra. Tôi đã không để ý lắm đến Santi cho đến khi cô ấy vừa mở cửa vừa cất tiếng chào: “Buổi sáng tốt lành nhé ngài De Kretser!” Rồi tôi phát hiện ra một sự thật thú vị là cô ấy thuộc tên của tất cả những vị khách trong khách sạn và đã cố gắng học phát âm để gọi tên từng người cho đúng chuẩn. Cô ấy quả thật đã nâng công việc của mình lên một tầm cao mới.

Vài ngày sau đó, tôi bay từ Jakarta đến Washington để tham dự một buổi họp về công việc kinh doanh. Ở Washington, có một linh cảm gì đó khiến tôi thức dậy rất sớm vào buổi sáng, vội vã bật ti vi để xem bản tin thời sự trên CNN. Thế rồi trời đất như sụp đổ xung quanh khi tôi nhìn thấy bức hình khách sạn J.W.Marriott bị đánh sập bởi một quả bom đến từ những kẻ khủng bố. Quán cà phê quen

thuộc bị thiêu rụi. Và đau đớn hơn là Santi, cô gái mở cửa đáng yêu, đã bị thiệt mạng trong vụ đánh bom này. Cứ nghĩ về việc cô ấy sẽ mãi mãi nằm lại ở tuổi 24, trái tim tôi lại uất nghẹn và nặng trĩu như một tảng đá.

Cứ mỗi một hành động đẫm máu phi lý trí xuất hiện, lại có một cuộc đời tươi đẹp bị phá tan.

Kuala Lumpur và... lá chuối

Một vài khách hàng của MDK ở Singapore muốn tìm công ty PR ở Kuala Lumpur để hợp tác. Những khách hàng đó rất tốt bụng khi bảo rằng nếu MDK gây dựng một văn phòng ở đó, họ sẽ giao việc cho chúng tôi ở Malaysia ngay. Chẳng dại gì mà bỏ lỡ cơ hội này, tôi bắt một chuyến bay đến K.L để tìm một địa điểm văn phòng thích hợp, rồi gắn cái tên MDK lên cửa là xong.

Cuộc tìm kiếm bắt đầu ở thành phố và sau đó lại dịch chuyển về phía ngoại ô. Sau khi lang thang dọc những con đường, trông thấy những biển hiệu "cần sang nhượng" dán đầy rẫy ngoài kia, cuối cùng tôi dừng chân ở một nhà hàng Ấn Độ nằm trong khu Taman Tun Dr Ismail. Đó đã là giữa trưa, và tôi là người da trắng duy nhất ở trong nhà hàng lúc đó. Chủ nhà hàng đã đến bắt tay và hỏi thăm xem tôi tìm đến khu này để làm gì. Có lẽ ông ta tưởng tôi bị lạc nên muốn ngỏ ý giúp đỡ. Mà suy nghĩ thế cũng đúng, tôi bị lạc lối thật mà!

Tôi đã trình bày với ông ấy về công cuộc tìm kiếm văn phòng thích hợp cho MDK của mình. Nghe xong, ông ấy đáp ngay: "Tôi có một văn phòng ở phía trên còn trống!" Sau khi ăn xong bữa trưa gói trong lá chuối, tôi trèo lên cầu thang với ông ấy để xem không gian trên đó thế nào. Giá thuê thì rẻ (nếu không muốn nói là quá rẻ) và người chủ thì có vẻ tốt bụng cực kỳ, thậm chí ông ấy còn hứa hẹn sẽ đãi tôi một bữa ăn trưa nếu tôi dọn vào văn phòng còn trống này. Đã nói rồi thì phải quyết định luôn! Tôi ký cái roẹt vào hợp đồng, treo tấm biển hiệu MDK bên trên biển hiệu của nhà hàng Ấn Độ, thuê một CEO và thông báo cho toàn bộ khách hàng biết rằng: "Vâng, chúng tôi đã sẵn sàng làm việc ở Malaysia rồi đó!"

Mỗi ngày, cứ vào lúc 11 giờ sáng là không gian văn phòng lại ngập tràn mùi thơm phức toả ra từ nhà hàng Ấn Độ bên dưới. Tôi cứ có cảm giác mình đang ở một con phố của Mumbai chứ không phải ở Kuala Lumpur nữa. Và đôi lúc khách hàng cũng hiểu nhầm một cách thú vị rằng tôi đang mở một nhà hàng Ấn Độ chứ không phải một công ty PR.

Thời gian trôi qua nhanh chóng, không chỉ trụ sở của MDK ở Malaysia phát triển, mà tôi còn trở thành một chuyên gia về cà ri Ấn Độ !

Trên đường trở về nhà sau giờ làm việc, tôi thường ghé qua câu lạc bộ Royal Selangor, tòa nhà có kiến trúc được xây dựng theo phong cách Tudor(2) được hơn trăm năm tuổi. Trong thời kỳ đỉnh cao của mình, câu lạc bộ đã là một điểm hẹn giáo dục và tập hợp nhiều thành viên danh giá của cộng đồng người dân dưới trướng thuộc địa Anh. Royal Selangor còn có tên là “The Spotted Dog”(Chó Đốm), vì có hai chú chó thuộc giống Dalmatians(3) được dùng để canh cửa câu lạc bộ này mỗi khi có dịp bà vợ của chủ câu lạc bộ dắt chúng đến. Giờ thì tên của câu lạc bộ đã được rút gọn thành “The Dog” mà thôi.

Nét đặc trưng của Royal Selangor là một quầy bar dài, nơi phụ nữ không được phép ngồi ở đó. Có rất nhiều người đàn ông da trắng uống cocktail Pink Gin ở quầy bar dài này sau bữa trưa xộc mùi cà ri. Phần lớn họ say sưa ở đó luôn và không quay lại làm việc nữa. Vài người ngủ gục trên chiếc ghế mây của quán, họ được ru vào giấc mơ bởi âm thanh của chiếc quạt máy mát lành. Đó là khoảng thời gian trước khi máy vi tính xuất hiện và hầu hết những người da trắng đó đều là quản lý đồn điền. Khi họ ngủ quên, những nhân viên người Malaysia tại câu lạc bộ sẽ viết vào đế giày của họ giá của cao su và ca cao của thị trường cổ phiếu London.

Rất nhiều lần, tôi cũng không quay về văn phòng được. Đó là những ngày mà chúng tôi ký kết hợp đồng ở quán bar, không phải là ở tại văn phòng. Khi ấy, câu chuyện khách hàng gửi đến còn được

đăng trên tờ *New Straits Time*[(4)]. Biên tập viên cũng chỉ như bạn bè, và phóng viên thì không phải tìm mọi cách để bán câu chuyện của mình cho tòa soạn.

Sau khi rời khỏi nhà hàng Ấn Độ đó, văn phòng MDK còn di chuyển đôi ba lần nữa, nhưng rồi cuối cùng cũng chọn vị trí nằm ở trên khu ngoại ô Damasanra Heights. Ngành PR và sự tăng trưởng nền kinh tế của Malaysia thần tốc đến nỗi tôi quyết định chuyển trụ sở từ Singapore sang KL luôn.

Như tôi hay tâm sự với Garry Kasparov, bạn của tôi và đồng thời là cựu vô địch cờ vua quốc tế, thì tôi phải công nhận một điều: Quyết định chuyển trụ sở ấy thật sự là nước cờ hay nhất trong cuộc đời tôi. Cơ hội nhiều khi chỉ đến có một lần, và lần này tôi đã bắt được nó.



Chương 4

CHÚC NGỦ NGON, VIỆT NAM!

Bất cứ khi nào tưởng tượng ra Robin Williams gào thét: “Xin chào Việt Nam!” trong bộ phim cùng tên, tôi đều tỉnh dậy với mồ hôi ướt đẫm trên người. Những hình ảnh và âm thanh cứ thế xoẹt qua trong đầu: tiếng trực thăng gầm gừ, tiếng súng đạn liên hồi, khói bốc lên từ những ngôi làng bị thiêu hủy. May mắn thay, cảm giác ám ảnh đó chỉ tồn tại trong giây lát, khi đã tỉnh táo trở lại, tôi hạnh phúc khi thấy mình đang nằm ở nhà, khu ngoại ô Melbourne, cách rất xa Việt Nam. Rốt cuộc thì chỉ là một cơn ác mộng nữa mà thôi.

Tình hình chiến tranh Việt Nam lúc đó đang rất căng thẳng. Tại thời điểm ấy, nước Úc cùng phe với Hoa Kỳ, nên bắt buộc phải gửi quân đội sang Việt Nam để chiến đấu với người bản địa. Oái oăm thay, quân tinh nhuệ của đất nước chúng tôi lại bó tay trước những chiến sỹ quả cảm của Việt Nam. Lượng binh lính tử trận ngày càng

nhiều khiến chính phủ phải đi đến một quyết định khó khăn: Cưỡng bách tòng quân.

Quân đội Úc lúc đó đã cho ra đời một phương pháp động viên rất khác lạ: Cứ sáu tháng một lần, sẽ có một cuộc "bốc thăm may mắn". Nếu quả bóng có đánh số sinh nhật bạn bị bốc ra, xin chúc mừng! Bạn có được một chuyến đi đến Việt Nam, được đài thọ toàn bộ và không mất bất cứ khoản phí nào (!)

Không cần phải nói thì ai cũng biết việc cưỡng bách tòng quân kiểu này chẳng hề được lòng đa số người dân Úc. Thường xuyên có những cuộc biểu tình diễn ra trên đường phố và sinh viên thì nổi loạn, nhưng tất cả chỉ như là muối bỏ bể mà thôi. Chính phủ cứ khăng khăng bám lấy một cuộc chiến vô nghĩa. Và Thủ tướng Úc lúc ấy là Harold Holt còn lên cả ti vi để phát biểu rằng: "Chúng ta phải sát cánh với LBJ[(1)]". Ở đây ông muốn nhắc đến Tổng thống Mỹ, Lyndon Johnson và những người thuộc phe hiếu chiến.

Thế rồi vào một sáng Chủ nhật đẹp trời, Thủ tướng Holt đi bơi ở Portsea, một khu nghỉ dưỡng riêng ở bãi biển Melbourne và bị mất tích. Ông ta không bao giờ được tìm thấy sau đó! Tin đồn ngay lập tức được tung ra tứ tán, người thì nói ông ấy đã nằm gọn trong hàm cá mập, người thì bảo tàu ngầm của Nga đã nhốt ông ấy lại. Còn những kẻ lãng mạn thái quá thì cho rằng Holt đã rũ bỏ mọi cương vị để trốn đi, sống cuộc đời hạnh phúc với người mình yêu trên một hòn đảo xôi nào đó.

Tuy vậy, các cuộc bốc thăm để chọn ra người đi lính không vì sự kiện đó mà ngừng lại. Vì còn là sinh viên ở đại học Melbourne, nên nếu xảy ra trường hợp xấu nhất là bị bốc thăm trúng phải sinh nhật mình, tôi vẫn chưa phải đi lính ngay. Mọi nghĩa vụ đều bị hoãn lại cho đến khi sinh viên đã tốt nghiệp khỏi trường.

Nhưng nói vậy không có nghĩa là tôi dửng dưng với chuyện bốc thăm vớ vẩn này. Nhất là khi đúng viên bi có ghi ngày sinh 6 tháng 11 của tôi bị bốc ra năm đó. Trời hỡi! Tôi là một trong những người phản đối cùng cực chiến tranh Việt Nam kia mà? Vậy là cực chẳng

đã, tôi đành sử dụng khoảng thời gian quý báu còn lại trên ghế nhà trường để có được cái bằng tốt nghiệp (đồng thời cũng trả một số môn còn bị nợ lại từ những năm đầu). Chuyện đó chẳng có gì khó khăn, nhưng cuối cùng ngày tốt nghiệp cũng tới!

Chỉ có hai cách để bạn thoát khỏi việc đi lính này: chứng minh mình không đủ sức khoẻ hoặc mình là một người theo chủ nghĩa yêu hoà bình, nghĩa là có ra trận cũng chẳng làm được gì nên hồn. Để chứng minh mình là một người theo chủ nghĩa yêu hoà bình, bạn phải tham gia vào một cuộc điều trần công khai trước Toà án hẳn hoi. Rất nhiều người chọn thử cách này, và chỉ một ít trong số đó thành công. Nếu bạn phản đối quyết định của tòa, bạn bị quăng vào tù là cái chắc! Mà ở tòa thì người ta toàn hỏi những câu vô lý kiểu như: "Nếu bạn về nhà và thấy một tên trộm đang giết mẹ bạn thì với khẩu súng trong tay, bạn có bắn tên trộm đó hay không?" Nếu câu trả lời của bạn là có, nghiễm nhiên bạn bị xếp vào hạng không yêu chuộng hoà bình. Vậy thì hoặc là vào tù hoặc là ra chiến trường, bạn cứ chọn đi!

Tôi là một người theo chủ nghĩa yêu hoà bình (và nói thật là có một chút nhát gan). Do đó, tôi đã đăng ký để chứng minh mình là một người phản đối chiến tranh. Việc chứng minh đòi hỏi tôi gửi một bức thư phân tích lý do đến cho quân đội. Lá thư dài hai trang của tôi trình bày rất tường tận về việc ghét súng, chưa bao giờ giết con gì trong cuộc đời mình (kể cả kiến), cũng chưa từng đi săn thú hay bắn chim bao giờ, hẳn nhiên tôi không đủ tiêu chuẩn để làm một binh sĩ. Câu trả lời của phía quân đội khá là nực cười: "Phiên tòa sẽ được hoãn lại cho đến khi chúng tôi có được kết quả khám sức khoẻ của anh." Sao họ không chịu hiểu một điều đơn giản rằng mắc mớ gì tôi phải tiêu tốn tiền bạc và thời gian chờ đợi để được chứng minh là người yêu hoà bình nếu vốn dĩ tôi đã không đủ điều kiện sức khoẻ rồi chứ?

Sau đó, một bức thư được trang trọng gửi đến tôi với những dòng sau đây: "Vui lòng đến bệnh viện Canberra vào lúc 4 giờ chiều ngày thứ Ba để kiếm tra sức khoẻ." Thòng lọng đang lơ lửng trên đầu tôi.

Có lẽ đã đến lúc tôi nói lời chào tạm biệt với những người thân của mình.

Tuy nhiên, ở đời khó ai nói trước được điều gì. Tại bệnh viện, tôi rất ngạc nhiên khi thấy mình là thiểu số. Đại đa số những người bị động viên cảm thấy rất phấn khích, họ liên tục đưa ra những câu như: “Cuối cùng cũng thoát được khỏi công việc chán ngắt ở văn phòng”, hoặc là “Nghĩ thử xem ở trại hồi sức sẽ có bao nhiêu cô gái phục vụ chúng ta nhỉ?”

Lần lượt từng người một được bác sĩ xướng tên lên theo kiểu: “Tiếp theo, Ben Smith”, và sau đó họ dẫn người ấy vào phòng khám. Tôi quan sát thấy một trong những bác sỹ là một cô gái châu Á. Và tôi chỉ biết thầm ước được cô gái ấy xướng tên mình mà thôi.

“Tiếp theo: Michael de Kretser!”

Tôi chậm chạp đứng dậy, bước lề mề đến trước phòng khám và khép cửa lại. Chính cô gái ấy đang ngồi sau chiếc bàn, mỉm cười thật tươi với tôi!

“Sao cô lại cười? Tôi nhìn tệ vậy sao?”, tôi hỏi.

“Không phải. Chẳng qua là tôi liếc ngang người anh và thấy có một con tem bự ghi rõ ràng “người yêu hoà bình” mà thôi.”

“Sao cô đoán đúng được vậy? Tôi ghét chiến tranh và tôi không ủng hộ bất kỳ cuộc chiến nào!”

“Tôi cũng vậy thôi. Chiến tranh là sai trái.”

“Cho tôi mạn phép hỏi: Cô đến từ đâu?”

“Malaysia, ở đây tôi chỉ là thực tập sinh thôi.”

Khi câu chuyện đã trở nên thân mật hơn, tôi cảm thấy như mình vừa nhìn thấy ánh sáng loé lên nơi cuối đường hầm, bèn buột miệng nói ngay:

“Nếu cô ghi nhận rằng tôi không đủ sức khoẻ, tôi sẽ mời cô đi ăn tối. Thật đấy!”

Cô ấy mỉm cười và chuyển mọi thứ trở lại chủ đề chính là khám sức khoẻ. Nhưng với câu hỏi đầu tiên, tôi đã hiểu ngay ý định của cô.

“Anh có bị đau đầu không?”

“Thỉnh thoảng vẫn có. Do say rượu là nhiều.” Tôi dí dỏm đáp lại.

“Chịu chứng đau nửa đầu.” Cô ấy ghi vào trong sổ.

“Còn vai thì sao? Có bị đau không?”

“Có ! Nhất là khi tôi chơi tennis nhiều quá.”

“Không thể giơ cánh tay lên.” Cô ấy lại ghi.

“Thế còn vấn đề về dạ dày thì sao?”

“Rất nghiêm trọng, nhưng chỉ là khi tôi uống rượu với cái bụng rỗng tuếch mà thôi.”

“Có vết loét ở đại tràng.”

Sau khi ghi xong “bệnh” cuối cùng tôi bị, cô ấy tiếp lời.

“Vì tôi là nữ nên không thể bắt anh cởi đồ ra để khám được. Lấy cái mẫu ghi này và đi sang phòng bên, ở đó bác sĩ nam sẽ khám cho anh.”

Tôi đang sắp sửa đi thì cô ta gọi với theo:

“Tối nay anh có về nhà không?”

“Có thể. Có chuyện gì vậy?”

“Sau khi khám xong tất cả mọi người, chúng tôi sẽ dán tem “Đậu” hay “Rớt” lên trên mẫu ghi và gửi nó cho bên quân đội. Sau đó anh

sẽ được nhận một thông báo chính thức. Nhưng tôi sẽ báo cho anh sớm hơn vào tối nay, nếu anh có mặt ở nhà.

“Vậy thì chắc chắn tôi sẽ ngồi đợi ở nhà.”

“Tôi di chuyển qua phòng bên. Vị bác sỹ nam ngồi quay lưng lại về phía tôi, thậm chí còn không thèm liếc mắt.

“Đưa tôi xem những mẫu ghi xem nào! Rồi, giờ thì tụt quần xuống.”

Tôi còn đang loay hoay với cái dây thắt lưng của mình thì ông ta đã xua tay:

“Thôi quá đủ rồi. Với triệu chứng bệnh ghi trong đây như thế này thì chắc cậu còn sống được vài tuần. Ra ngoài đi!”

Những giờ sau đó, tôi ngồi ở nhà trong tâm trạng cực kỳ căng thẳng, chờ đợi tiếng chuông điện thoại reo. Khi cuộc gọi đến, tôi cảm thấy lo lắng vô cùng.

“Chào anh!” Một giọng nói thân thuộc vang lên phía bên kia đường dây. “Tôi đoán chắc anh đã biết kết quả rồi chứ nhỉ?”

“Thật ra là không.” Tôi thú thực.

“Anh không đủ tiêu chuẩn sức khoẻ rồi, thật tiếc.” Tôi có thể mường tượng được nụ cười của cô thực tập sinh người Malaysia khi nói câu đó.

“Cảm ơn cô rất, rất nhiều.” Tôi gần như muốn hét lên vì vui sướng. “Tôi có thể mời cô một bữa ngay tối mai được không?”

“Được thôi.”

Tối hôm đó, tôi đã tự thưởng cho mình một lon bia lạnh sau khi đã gác máy.

Ngày hôm sau, tôi đặt chỗ tại một nhà hàng Trung Hoa mà mình yêu thích. Bồi bàn ở đây đã quen mặt tôi và họ sẵn lòng đem đến cho tôi chai champagne ướp đá ngon lành nhất. Sau khi ăn tối xong, tôi ngỏ lời rằng cô ấy có muốn ghé qua nhà để cùng uống cà phê với tôi được không.

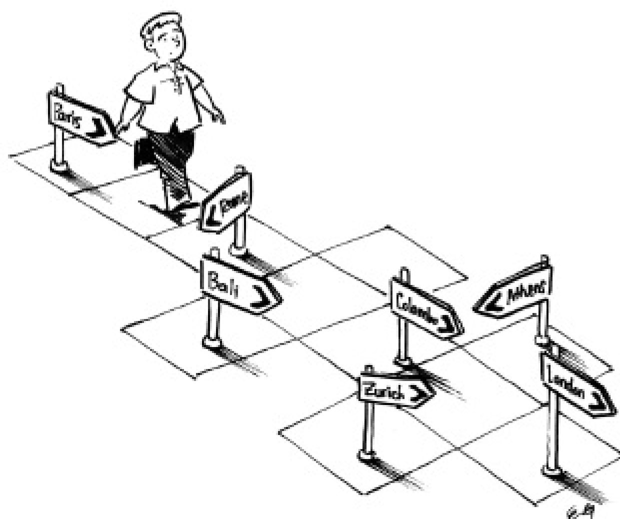
“Nếu anh có nhã ý như vậy thì tôi cũng không từ chối đâu.” Cô ấy đáp.

Lúc cả hai đã yên vị ở nhà, cô ấy xin phép đi vào nhà tắm. Tôi thì ngồi pha cà phê, rưới lên một ít rượu Cointreau, bật chút nhạc, hạ ánh sáng đèn và chờ đợi vị khách đặc biệt của mình.

Từng phút một lặng lẽ trôi qua. Sau đó lại thêm một khoảnh khắc dài như cả thế kỷ nữa. *Cô ấy làm gì mà lâu vậy chứ?* Tôi băn khoăn. Rồi sau đó tôi tìm khắp căn nhà mà vẫn không thấy bóng dáng cô ấy đâu. Ngó ra ngoài vườn cũng chẳng thấy chút dấu vết. Cũng chẳng nghe thấy tiếng cô ấy gọi taxi lúc nào cả. Vậy thì chẳng lẽ như thủ tướng Holt, cô ấy cũng biến mất bí ẩn như vậy sao?

Tôi trút tiếng thở dài, uống vội ly cà phê của mình, đánh răng qua loa và bước vào phòng ngủ. Tôi với tay bật đèn và ngạc nhiên khi thấy một ai đó đang nằm sẵn trong chăn. Trước khi tôi kịp lên tiếng, cô gái đã ló mặt ra:

“Nãy giờ anh đi đâu thế?” Cô ấy hỏi tôi cùng nụ cười quen thuộc.



Chương 5

NHẢY LÒ CÒ ĐẾN LONDON

Một phần kỷ niệm ấu thơ của tôi gắn liền với mảnh đất London. Còn đọng lại trong ký ức tôi là những buổi ngồi nhẫn nại bên bố tôi ở Lords, xem một trận đấu thử giữa Anh và Úc kéo dài khoảng sáu tiếng đồng hồ. Đội trưởng đội tuyển Anh lúc đó là Peter May ghi bàn liên tục. Một tuyển thủ oai phong lẫm liệt nhưng không kém phần lịch thiệp trong cách chơi của mình, Peter May quả không hổ danh là một quý ngài trong bộ môn cricket. Tôi hâm mộ ông đến nỗi đã đặt tên con trai đầu lòng của mình theo tên ông: Peter.

Nhiều năm sau đó, cuối cùng tôi cũng có cơ hội trở lại mảnh đất năm xưa. London đang vẫy chào phía trước.

Trên đường đi đến Anh quốc, Bali là trạm dừng chân đầu tiên của tôi. Ngay từ lần đầu gặp gỡ, hòn đảo xinh đẹp này đã làm tim tôi xao xuyến. Bãi cát dài trong nắng, những chú rùa biển đáng yêu, hàng cọ xanh mát, hoàng hôn rực rỡ. Người dân thân thiện, những câu lạc bộ

đêm náo nhiệt, cuộc sống bỗng trở nên thú vị lạ kỳ. Thậm chí tôi đã nghĩ đến việc ở lại nơi này mãi mãi. Nhưng tôi biết rằng mình chỉ được dành chút ít thời gian ở nơi đây mà thôi.

Giờ đây, tôi đang quay trở lại Sri Lanka, nơi chôn nhau cắt rốn của mình, sau 25 năm xa cách. Giờ nó đã không còn được nhắc đến với cái tên là Ceylon nữa. Bị đô hộ bởi Hà Lan, Hy Lạp, Bồ Đào Nha và Anh, quốc gia này cứ như một miếng bánh mà ông lớn nào trên thế giới cũng muốn tranh phần. Với bãi biển trải dài phía Nam và những ngọn đồi chè xanh mướt ở miền Bắc, những bến cảng ít dấu vết nhân tạo và thảm động thực vật phong phú, cùng những viên đá quý làm say lòng người như ngọc lục bảo. Cư dân nơi đây sống chan hoà vui vẻ, dường như may mắn luôn kề bên họ. Vậy thiên đường không ở đây thì còn ở đâu nữa?

Thế nhưng cuộc sống bình dị không kéo dài được lâu, tiếng súng đã phá tan tất cả. Vụ ám sát S.W.R.D.Bandaranaike[(1)] bởi một tín đồ Phật giáo đã khiến lịch sử của quốc gia này đổi thay mãi mãi. Những người không phải cư dân bản địa không còn được đón chào nữa. Đất đai của họ bị tịch thu, tài khoản ngân hàng bị đóng. Sự chảy máu chất xám xảy ra gần như ngay lập tức, nguồn nhân lực con người ở quốc gia này bị vắt đến cạn kiệt. Cũng như những người dân Sri Lanka khác, gia đình tôi phải nhanh chóng di cư đến Melbourne, gây dựng một cuộc sống mới.

Nhưng giờ đây, tôi đã quay trở lại. Đặt một phòng ở khách sạn Galle Face nhìn ra biển Ấn Độ Dương, tôi ngắm khung cảnh xung quanh với một nỗi bồi hồi ngập tràn trong tâm trí. Khách sạn này đã không còn ở thời hoàng kim như lúc trước, nhưng ly gin-tonic có kèm theo lát chanh nhỏ được phục vụ trên sân thượng thì vẫn ngon khó cưỡng. Bắt một chiếc taxi, điểm đến tiếp theo của tôi là trường học cũ, trường St Thomas College nằm trên ngọn núi Lavinia.

Trên đường đi, một bạn đồng hành nữ đột nhiên kêu lên:

“Đó là đường Kretser kìa!”

Sau đó, chúng tôi bắt đầu "chế" ra không những đường Kretser mà còn là làn đường Kretser, rồi khu Kretser nữa. Cô gái nói với ánh mắt rạng ngời:

"Tưởng tượng xem nếu ai đó có một ngôi nhà nằm trong khu Kretser, người đó hẳn sẽ không phải mất công chỉ đường cho bạn bè nữa. Cứ mời tiệc và bảo nhà của tôi nằm ở trong khu có cái tên độc đáo ấy là xong."

Cô ấy ngồi sát lại gần tôi hơn. Ngày bỗng dưng trôi qua thật ngọt ngào.

Chúng tôi còn tham quan những vùng đồi được bao phủ bởi những tán chè xanh mướt. Ở nơi đó, bạn cũ của tôi là Aubrey Tissera đang nuôi dưỡng sự nghiệp bên những cây trà của mình. Trà của anh ấy được mệnh danh là ngon nhất hòn đảo. Và khu vực anh ấy sống cũng chẳng cách xa là mấy so với Kandy, ngọn đồi chính, nổi tiếng với ngôi đền có chứa chiếc răng của Phật.

Cư dân sinh sống bằng nghề trồng chè quây quần bên nhau trong một ngôi làng nhỏ. Cũng có trường học, có nơi giải trí cho công nhân và một bệnh viện. Những người phụ nữ hái chè đeo gùi trên lưng, khéo léo ngắt từng búp chè, sau đó chuyển chúng đến nhà máy sản xuất. Những ngôi nhà ở đây phần lớn chỉ có một tầng lầu, được bao phủ bởi những bãi cỏ được cắt tỉa cẩn thận và có các khóm hoa nở rộ xung quanh. Hương thơm của chè lan toả khắp nơi. Khi trời đã chuyển đêm, không gian ướt đẫm hơi lạnh. Ca từ của bài hát "This Nearly Was Mine" trong vở nhạc kịch Broadway có tên *South Pacific* bắt đầu vang vọng trong tâm trí tôi. Cảm giác nhớ nhà cứ thế kéo đến, không cách nào ngưng lại được.

Mỗi ngày, chính xác đến từng thao tác, Aubrey làm đúng một vòng quy trình để đảm bảo lá chè giữ được chất lượng tươi ngon nhất. Nhấp một ngụm cocktail trước bữa tối, anh ấy đề cập đến rắc rối đang gặp phải với một người công nhân trong nhà máy.

“Cậu ta than phiền rằng phải làm quá nhiều việc trong khi sức lực của cậu ấy chỉ hợp với những công việc nhẹ nhàng hơn thôi.”

“Vậy anh tính giải quyết chuyện đó như thế nào?” Tôi hỏi.

“Dĩ nhiên là cho cậu ta một công việc mới. Đó là ngồi một chỗ trên mái của nhà máy cả ngày và vẫy tay chào mỗi khi tôi đi ngang qua. Việc đó quá nhẹ nhàng, lại đơn giản!”

Ngồi suốt ngày trên mái nhà đồng nghĩa với việc để luồng nhiệt cả trăm độ C thâm nhập vào người mình, lại còn khủng khiếp hơn khi theo quy định, những người công nhân trong nhà máy không được phép đi giày. Ấy vậy mà buổi sáng kế đó, người công nhân nói trên vẫn can đảm chấp nhận công việc kỳ cục ấy thật. Aubrey cũng không vừa, anh ta cố tình đi lại thường xuyên qua các khu của nhà máy, để cho người công nhân kia vẫy tay chào liên tục. Mái nhà ngày càng nóng lên. Người công nhân bắt đầu nhảy lò cò từ chân nọ sang chân kia. Cuối cùng, anh ta không chịu được nữa. “Sếp ơi, làm ơn cho em làm việc cũ đi!” Lời nài nỉ của anh ta nghe thật đáng thương.

Rắc rối được giải quyết. Tất cả cũng nhờ tài quản lý khủng hoảng của anh bạn tôi mà thôi.

Điểm đến tiếp theo là Bombay (bây giờ đã được đổi tên thành Mumbai). Chuyến đi đầu tiên của tôi ở mảnh đất Ấn Độ này không được như mong muốn. Tôi đã bị mất toàn bộ hành lý. Người phụ nữ ở cơ quan quản lý đồ thất lạc cho tôi 500 rupee để mua một vài món đồ mới, kèm theo lời khen ngợi cho Swiss Air. Bà ta bảo rằng ước gì hành lý của tôi được tìm thấy. Còn tôi lúc ấy thì sao? Với 500 rupee, tôi cứ như là một gã giàu có xài toàn tiền mặt cho phần còn lại của chuyến đi vậy! Thế nhưng, đến khi đã hoàn thành mọi thủ tục cần thiết trước khi lên máy bay di chuyển đến Athens, tôi sững sờ nhận ra rằng số tiền mặt này không thể chuyển đổi sang ngoại tệ được.

Tôi bèn bám theo một cô gái tóc vàng trong hàng người chờ đợi để được gửi tiền.

“Xin lỗi cô, nhưng quả thực tôi đang vướng phải rắc rối.” Tôi bảo cô ấy. “Tôi có trong tay một lượng rupee lớn mà không thể chuyển đổi sang ngoại tệ khác được. Cô vui lòng giúp tôi được không?”

“Được thôi!” Cô ấy đáp lại. “Còn tôi thì vừa xài hết đống rupee rồi.” Tôi mừng húm, nghĩ ngay ra cách để trả ơn cô gái này.

“Không biết cô có cùng chuyến bay đến Athens với tôi không nhỉ? Sẽ rất vinh hạnh cho tôi nếu được phép mời cô một ly rượu ở trên chuyến bay đó.”

“Ồ, vậy thì quá tuyệt.”

Trên chuyến bay đến với thủ đô của Hy Lạp khi ấy, tôi gần như gia nhập vào câu lạc bộ những người bay xa bay cao.

Athens truyền cảm hứng cho tôi bởi những xô đựng đầy rượu Greek Metaxa và rượu Hy Lạp, bởi những cú ném đĩa ngoạn mục, bởi những điệu nhảy nhại theo Anthony Quinn trong phim *Zorba the Greek*, ngay trước khi tôi bắt chuyến tàu đi đến Mykanos. Đến nơi vào lúc hoàng hôn đã qua và bầu trời đêm dễ chịu bắt đầu bao trùm, một nhóm những phụ nữ Hy Lạp mang trang phục đen thẫm đã làm khoang tàu trở nên khác lạ. Trông họ cứ như một bầy chim đen, đặt phòng tại vương quốc riêng. Tôi hơi e ngại về những đề nghị họ đưa ra nên đã quyết định bỏ ngoài tai tất cả.

Tôi đang bước dọc bãi biển một mình thì một trong những con chim đen tự do tiến lại gần và hỏi tôi rằng:

“Có phải ông đang tìm kiếm một căn phòng?”

“Vâng, đúng vậy!”

“Tôi có một phòng nằm trên gác mái. Gần đây, nhóm The Beatles cũng đã thuê chỗ đó để ở.”

“Thật à?”

Tôi há hốc mồm và tỏ ra ngạc nhiên, nhưng thực lòng chỉ muốn gật đầu lia lịa mà thôi.

Mykanos là chốn giải trí của những người thu nhập cao hoặc người nổi tiếng. Những căn nhà màu trắng nguyên sơ, những bãi cát dài trắng mịn, đám đông để ngực trần... hay những câu lạc bộ nhảy ban đêm chỉ chịu bật đèn sau 23 giờ, Mykanos sở hữu tất cả.

Vũ công ba lê người Nga, Rudolf Nureyev, có một biệt thự trên hòn đảo này. Tôi có vinh dự được gặp gỡ Rudolf Nureyev tại một buổi tiệc về khuya. Từng đường nét trên cơ thể anh ta cứ như được tạc ra bởi Michelangelo vậy.

“Tôi chỉ có thể múa tốt nhất khi tôi gặp phải vấn đề về sức khoẻ.” Anh ấy chia sẻ với tôi. “Kiểu như từng thớ thịt trên người tôi đang biểu tình đòi nghỉ ngơi vậy.”

Quả thật, những con người ở Mykanos chưa bao giờ thôi làm tôi hết ngạc nhiên.

Điểm đến tiếp theo là Amsterdam, một thành phố có kênh rạch nhiều hơn cả đường sá. Hoa tulip ở Keukenhof mang đủ sắc màu của cầu vồng. Khu đèn đỏ Dam Square thì đã nổi tiếng khắp thế giới, với những quán cà phê trứ danh thoả mãn được những khách hàng khó tính nhất. Và dĩ nhiên, không thể không nhắc đến *rijsttafel*, một bữa tiệc buffet đặc biệt phục vụ toàn những món ăn tuyệt ngon.

Ngày nối tiếp ngày, nơi tôi hay ghé đến nhất là nhà máy bia của Heineken. Sau một chuyến tham quan nhỏ, bạn có thể uống chừng nào bia mà bạn muốn tại nơi này. Mà bia thì hết chỗ chê, đầy bọt, tươi ngon và hấp dẫn! Rồi bạn có thể tản bộ vòng quanh Dam Square. Đầy những cô gái trẻ đứng trong từng ô cửa sổ. Rất, rất nhiều cửa sổ tương ứng với rất, rất nhiều cô gái khác nhau. Họ mặc những bộ đồ thiếu vải, hoặc các bộ đầm chải chuốt, hoặc quần jeans bụi bặm, hoặc là áo ngực gợi tình. Có từ những cô gái tóc vàng cho đến đen nhánh và cả đỏ rực. Tất cả đứng đó chờ đợi để được đưa bạn lên đến tận thiên đường, cho dù chỉ là trong một khoảnh khắc.

Sau Amsterdam là Paris rực rỡ, một Paris căng tràn sức sống như mùa xuân nhưng lại quá ư là nghệ sĩ và không gợi cho tôi cảm hứng gì. Leo lên đỉnh tháp Eiffel chỉ là trò con nít vì tôi đã leo nó từ khi còn là một đứa nhóc. Tôi tẩy chay Champs-Elysees[2] vì có McDonald chình ình ở giữa rồi. Tôi cũng tránh xa ngân hàng Left Bank và không thấy hứng thú với bảo tàng Lourve, còn bức tranh Mona Lisa của Da Vinci đối với tôi chỉ là một thứ nhạt nhẽo. Nhưng tôi vẫn đến Moulin Rouge[3] để xem vở “Can Can” hấp dẫn, và đó gần như là thứ duy nhất tôi muốn làm ở nước Pháp.

Người Pháp rất yêu chó. Họ đem chúng theo khắp nơi, từ quán bia ngoài trời cho đến nhà hàng khách sạn. Muốn bắt chuyện với một phụ nữ Pháp nào đó, cách hoàn hảo nhất là lựa đúng lúc cô ta đang ăn trưa với chú cún cưng của mình.

“Chú chó dễ thương quá!” Tôi “nịnh đầm”. “Lại còn biết cách cư xử nữa.”

“Ồ, cảm ơn anh nhiều!” Người phụ nữ đáp lại.

“Tên nó là gì vậy?

“Nó tên là Fifi.”

Rồi làm bộ như chỉ quan tâm mỗi đến chú cún, tôi ngước mặt lên nhìn cô gái, hỏi rành rọt:

“Xin lỗi nhưng tôi quý Fifi quá. Tôi dẫn nó đi cùng cô được không?”

“Ổn thôi. Chắc sẽ vui lắm đấy!”

Những câu tán chuyện trên chưa bao giờ mất tác dụng với bất cứ đối tượng khách hàng mục tiêu nào cả. Nhờ vậy mà tôi cảm thấy cực kỳ yêu chó đấy!

Buổi tối hơi phức tạp hơn một xíu. Cô ấy không mang theo cún của mình như đã hứa. Tôi đón cô ở một quán rượu nhỏ trên đường

Avenue Foch. Khi xuất hiện ở quán, tôi ngồi kề sát cô ta, cố sử dụng vốn tiếng Pháp bập bẹ của mình để lấy cảm tình từ cô ấy:

"Chào quý cô, tôi có thể mời cô ăn trưa cùng được không? Đó sẽ là vinh hạnh lớn cho tôi đấy."

"Được thôi."

Một vài ly martini được đưa ra. Và chỉ trong khoảng thời gian ngắn, tôi lại gọi phục vụ bàn tiếp. Trong khi đó, cô nàng người Pháp không ngừng nói:

"Anh thật lịch thiệp. Anh sẽ muốn đến thăm phòng tắm của tôi trước khi thăm phòng ngủ đấy."

"Cho tôi hỏi… cô vẫn còn nuôi chó chứ?" Tôi dè dặt.

"Đúng!"

"Vậy là tôi vẫn chưa đi xa vấn đề quá."

Đã đến lúc tập trung vào Scandiavnia. Tôi hạ cánh ở Copenhagen, không đi xăm hình nào cả, mặc dù đây là trung tâm của những hình xăm ở châu Âu. Tôi có mặt ở đây để gặp người bạn giáo sư có tên John Perram, sống ở Odensa, Đan Mạch. Đó là một ngày lạnh cóng! Thời tiết rét run đến độ đặt một chai Carlsberg trên hiên nhà cũng đủ để khiến nó như được ướp đá.

John nói được nửa tá ngoại ngữ, bao gồm cả tiếng Đan Mạch. Scandinavia là vùng đất của những người tóc vàng và tôi ngóng chờ những cô nàng "luật sư tóc vàng" hấp dẫn. Chúng tôi chọn lấy một quán bar, gọi bia Carlsberg và nhìn ngắm xung quanh. Có một cô nàng đang ngồi một mình với mái tóc vàng óng ả. Tôi không biết tiếng Đan Mạch, cô ấy không nói được tiếng Anh, nhưng tôi đã mời được cô ấy uống chung với chúng tôi. John cũng đã hứa sẽ làm phiên dịch viên cho cả hai.

“Đây là lần đầu tôi có mặt ở Đan Mạch.” Tôi nói, rồi quay về phía John, tôi hỏi anh ta. “Cô ấy vừa nói gì thế?”

“Cô ấy muốn chỉ anh một số địa điểm thú vị quanh đây.” John đáp.

“Rất hân hạnh. Để tôi cảm ơn cô bằng một món đồ uống nào đó nhé?”

“Ồ, được vậy thì hay quá!” John lại dịch tiếp.

“Thế còn một bữa tối thì sao?”

“Sẽ tuyệt đấy.” John tiếp tục.

“Tôi đến từ Úc.” Tôi hí hửng tiếp lời.

“Trời đất, tôi cực kỳ thích đất nước đó!” Tôi nhận câu trả lời của cô ấy từ John một lần nữa.

Đến nước này, tôi không chịu được nữa, bèn thì thầm vào tai John:

“Cô nàng đã ‘đổ gục’ trước tôi rồi.”

“Xin lỗi cậu. Tất cả những câu trả lời với cậu là tôi bịa ra đó. Trên thực tế, cô nàng ‘cưa cẩm’ tôi nãy giờ.”

Địa điểm tiếp theo là London. Vâng, cuối cùng cũng đến được với vùng đất u ám, lạnh lẽo và phủ đầy sương mù London như mong đợi.

Chúng tôi kiếm ra được một phòng ngủ nhỏ ở ngoại ô London, nằm ngay phía trên một phân xưởng ô tô có giá cho thuê rất rẻ. Tôi có một sự ngạc nhiên không hề nhỏ khi thấy căn phòng ở khu Swiss Cottage này bao gồm cả bồn tắm và vòi hoa sen. Nhưng khi đèn đã tắt, người thuê phải thả một vài đồng xu vào chiếc hộp đặt ở bên ngoài cửa như một thông lệ vốn có.

Tôi thèm có một công việc ở nơi này đến cùng cực. Cuối cùng, tôi cũng nhận lấy được vị trí phục vụ phòng tại khách sạn năm sao Waldorf. Tôi chọn ca đêm để có thể đi phỏng vấn vào thời gian ban ngày. Người ta cung cấp cho tôi bộ đồng phục của nhân viên với một chiếc nơ đeo trên cổ.

Những người phục vụ phòng nằm ở cuối chuỗi quy trình phục vụ ăn uống của khách sạn. Phần lớn đồng nghiệp của tôi đến từ Ý, Tây Ban Nha hoặc Hy Lạp, họ chỉ biết nói chút ít tiếng Anh và thậm chí không biết viết được từ nào. Khi khách rung chuông yêu cầu một chai Campari và soda, họ đưa lên món Sandwich dưa chuột. Mà cũng chẳng dễ dàng gì với việc đưa những khay đồ ăn lên trên rồi đem xuống, rồi còn phải dọn cho khách nữa. Trong khi những "thượng đế" quý hoá này lại chẳng bao giờ để tâm đến những người phục vụ phòng cả. Họ xem chúng tôi như những cá thể vô hình. Có thể lấy một trường hợp cụ thể để ví dụ như sau:

"Cốc, cốc! Phục vụ phòng đây ạ!"

"Đặt nó ở bàn ngoài giùm tôi."

"Hẳn nhiên rồi, thưa bà. Mời bà ký vào đây giúp tôi."

Rất nhiều khi những người phụ nữ trả lời tiếng gõ cửa trong bộ quần áo lót, hoặc là áo ngủ, hoặc đơn giản chỉ quấn mỗi chiếc khăn tắm quanh người. Dường như họ không nghĩ đó là vấn đề lớn. Một số người làm tôi thực sự phải liếc mắt đi chỗ khác, một số làm tôi giật mình, suýt làm rớt cả chiếc khay. Dẫu vậy, cũng có một lần tôi có được diễm phúc nói chuyện với hoa hậu Anh quốc mới đăng quang, khi cô ấy yêu cầu một chai rượu để uống trước khi đi ngủ.

"Tôi khui nắp chai cho cô nhé?" Tôi tình nguyện làm việc lặt vặt ấy cho cô.

"Tôi không chỉ là một phục vụ phòng bình thường đâu, tôi còn làm PR nữa đấy!"

"Ô được rồi. Cảm ơn anh nhiều!"

Nhân viên phục vụ ở đây đều là những gã trẻ trung và có nhu cầu tình dục cao. Thường thì đối tượng được nhắm đến là các cô dọn phòng của chính khách sạn. Trước khi các khách hàng đến nhận phòng, ai mà biết được chuyện gì đã xảy ra đằng sau cánh cửa của những căn phòng trống kia chứ?

Thế rồi, một nhân viên phục vụ phát hiện ra tôi có thể nguệch ngoạc được đôi ba chữ tiếng Anh, tôi trở thành tay trao gửi những lời yêu thương giữa các cặp đôi với nhau. Đổi lại, tôi không còn phải dọn những khay thức ăn thêm lần nào nữa.

Tôi viết những thứ như sau lên những bức thư của mình: "Tôi yêu bộ ngực của em và đôi môi đỏ mọng như quả dâu tây vừa mới hái" hoặc là "Em quá gợi tình, đến nỗi tôi chỉ muốn nuốt chửng em thôi". Vui thay, họ gửi những bức thư này đến các tình yêu mới của họ, mong chờ bên kia sẽ "bật đèn xanh" thật sớm. Nhưng rồi phần lớn đều tiu nghỉu, họ nói bằng thứ tiếng Anh bập bẹ của mình: "Chẳng hiểu chuyện gì đang xảy ra nữa. Tự dưng cô ấy chẳng còn thích tôi như xưa."

Tôi hứa hẹn: "Được rồi, tôi sẽ viết cho cô ấy một lá thư khác."

Lá tiếp theo tôi viết theo hướng cổ điển mà các chị em thường thích, đại loại là: "Anh muốn đưa em về gặp gia đình ở Naples[(4)]. Mẹ anh sẽ nấu món mỳ Ý cho em ăn. Đôi ta sẽ uống rượu bên nhau. Và cuộc đời sẽ trôi qua trong niềm hạnh phúc." Kết quả thu về vượt trên mong đợi. Những anh chàng phục vụ quay về, hồ hởi:

"Cô ấy nói rất rất thích tôi. Giờ thì chỉ còn đợi đến kỳ nghỉ và chúng tôi sẽ trở về Naples cùng nhau."

Căn phòng 318 sau đó nhanh chóng được gắn biển "Không làm phiền".

Những người phục vụ phòng chỉ được hưởng một mức thù lao rẻ mạt. Nếu không có tiền boa từ khách hàng, họ khó mà sống nổi với thu nhập ấy. Vậy nên họ đành áp dụng các mánh lới trong công việc

của mình. Đơn cử như việc đổi rượu để lấy thức ăn trong nhà bếp chẳng hạn. Chúng tôi đã có gà, vịt, những miếng thịt bò ngon lành, rau và bánh mỳ nhờ những cuộc đổi chác ấy. Tôi tham gia vào nhóm người chuyên phụ trách việc trao đổi.

Trên đường trở về nhà sau giờ làm việc, tôi nhảy vào căn bếp, nhận lấy con vịt từ tay đầu bếp và nhồi nó trong quần mình. Vài ngày tiếp sau đó, những miếng thịt cừu cũng được tẩu tán bằng cách thức tương tự.

Một tối, với một con gà, kha khá bơ và vài quả trứng lèn chặt trong quần mình, tôi quyết định sẽ rời khỏi khách sạn qua cửa trước. Chẳng qua là tôi muốn kiếm cớ để nói chuyện với cô lễ tân xinh đẹp mới được tuyển vào mà thôi.

“Hi vọng anh không làm việc quá sức.” Cô ấy thủ thỉ.

“Tối nay cực kỳ bận rộn, em ạ!” Tôi đáp.

“Hẹn gặp anh ngày mai.”

Tôi bước trong sảnh với dáng đi kỳ cục, trong khi ở phía trên trần những ngọn đèn treo cứ phát ánh sáng lấp lánh thì dưới quần tôi, nào là gà, nào là bơ, nào là trứng cứ tuột xuống không kiểm soát được. Thế rồi mới đi đến giữa sảnh, những món thực phẩm từ “Siêu thị Waldorf” cứ thế trượt trên sàn nhà bóng lộn. Tôi làm bộ tỉnh bơ không biết gì, còn thản nhiên nói chúc ngủ ngon với nhân viên ở cửa, rồi sau đó tiến thẳng đến trạm tàu điện ngầm. Nếu biết được chuyện này, Johnny Walker hẳn sẽ hài lòng lắm. Bởi vì tôi đã tự nhủ với bản thân không biết bao nhiêu lần câu slogan của hãng rượu nổi tiếng này: “Cứ bước tiếp đi (“Keep walking”)!

Vụ lùm xùm với giấy vệ sinh

Cuối cùng tôi cũng có được một công việc tử tế với một công ty PR hàng đầu thế giới. Tôi được trao cho account của Kimberly-Clark, phụ trách các sản phẩm vệ sinh phụ nữ và giấy vệ sinh. Các sản phẩm vệ sinh phụ nữ bao gồm tampon và băng vệ sinh. Một sự thật

đáng ngạc nhiên là làm việc trong ngành này, đàn ông lại chiếm đông đảo. Là phụ nữ không quan tâm đến sức khoẻ của họ hay đàn ông hiểu rõ phụ nữ tốt hơn? Lúc ấy, những mẩu quảng cáo về các sản phẩm vệ sinh phụ nữ thường được gửi đến truyền thông bằng hình ảnh của một hộp đựng đầy tampon hoặc băng vệ sinh được gói kín. Sao độc giả lại muốn nhìn thấy những thứ này trên tạp chí cơ chứ? Để khiến câu chuyện hấp dẫn độc giả hơn, tôi lấy hình của những cô người mẫu trong các bộ quần áo rộng rãi đi bộ xuyên qua Hyde Park[(5)] hoặc các cô tiếp viên hàng không vội vã bước trên sân bay đông đúc. Gợi cảm nhưng vẫn đáng yêu! Còn với quảng cáo giấy vệ sinh, hình ảnh tôi chọn lựa là một cô người mẫu trong chiếc áo choàng tắm để lộ ra một ít chân trần, và cuộn giấy vệ sinh được chèn một cách khéo léo ở phông nền đằng sau. Nó đã thu hút người tiêu dùng. Lượng chú ý về mặt truyền thông cao vọt so với trước đó. Khách hàng của chúng tôi, dĩ nhiên rồi, rất vui sướng.

Chúng tôi đã tự thưởng bằng trò chơi con ky và rất nhiều bia sau đó.

Một ngày nọ, có một cô gái trẻ bị hôn mê nhanh chóng được đưa tới bệnh viện. Bác sĩ phát hiện ra rằng cô ấy đã sử dụng một chiếc tampon trong suốt hơn 12 tháng! Người ta đặt tên cho hội chứng cô ấy mắc phải là “sốc độc”, và xui rủi thế nào cái tampon cô ấy chọn lại là sản phẩm của Kimberly-Clark. Đó đã là cuộc xử lý khủng hoảng đầu tiên của tôi. Tôi học nhanh, hiểu rõ mình cần phải làm gì và làm như thế nào. Thật sự mọi chuyện cứ lao đi vun vút.

Đầu tiên và ngay lập tức, một thông cáo báo chí có mặt của y bác sỹ chịu trách nhiệm chính trong việc chữa trị và CEO của Kimberly-Clark được gửi đến các phương tiện truyền thông. Chúng tôi cũng thiết lập một trung tâm quản lý khủng hoảng bao gồm một chuyên gia y tế và một đại diện phát ngôn trả lời những câu hỏi khó nhằn từ phía truyền thông. Điều này là để đảm bảo mọi câu trả lời cho khủng hoảng đều chính xác và chân thực và mọi thông tin đều được cập nhật thường xuyên. Phản hồi nhanh chóng từ các phương tiện

truyền thông cũng như những thông tin chính xác đã giúp mọi việc đi vào đúng quỹ đạo của nó.

Trong một trường hợp khác, Kimberly-Clark đã hoàn thành một mẩu quảng cáo trên truyền hình trị giá hàng triệu đô cho sản phẩm giấy vệ sinh của họ, có sự tham gia góp mặt của một chú gấu Canada thật. Mẩu quảng cáo này đã đưa về lượng doanh thu bán hàng khủng khiếp, đối đầu trực tiếp với quảng cáo có những chú cún con của hãng Scotties. Lúc ấy, gần như Scotties bị Kimberly-Clark đẩy ra khỏi thị trường marketing. Và cả nước Anh đã phát cuồng lên vì mẩu quảng cáo ngốn cả đống tiền ấy.

Một sớm đẹp trời nọ, con gấu, đang sống với huấn luyện viên của nó ở một ca-bin gần bờ biển, đột nhiên biến mất. Mọi người rơi vào tâm trạng hoảng hốt thực sự. Lần xử lý khủng hoảng thứ hai của tôi bao gồm việc dập tắt tiếng gào thét kinh hãi của cà ngàn người ngoài kia. Mẩu quảng cáo ngốn tiền ngay lập tức bị tống khứ. Đường dây nóng có chuyên gia trực sẵn để lắng nghe và trả lời những câu hỏi cũng như lo lắng đến từ phía khách hàng. Những cư dân thành phố quá khích gọi điện đến, khẳng định chắc nịch đã thấy con gấu xuất hiện trên đường. Các chuyên gia khuyên những người gọi đến rằng gấu Canada có thể vô cùng nguy hiểm, biết bơi trong vài dặm, và không sá gì chuyện xơi tái con người. Đó đã là một cơn chấn động điên cuồng thực sự. Sáu giờ sau, con gấu được tìm thấy cách đó 20 dặm, ngồi ngoan ngoãn trên một cành cây, thoải mái ăn những trái cây chín mọng đỏ. Giống như truyện cổ tích cuối cùng chúng tôi cũng có kết thúc có hậu cho sự cố.

Sự quyến rũ đến từ những hạt đậu

Chủ đề về tình dục lôi cuốn mọi người đến nỗi người sáng lập tạp chí *Playboy*, Hugh Hefner, đã nhanh chóng trở thành triệu phú.

Tờ *The Sun* cũng bán được cả triệu bản một ngày ở Anh chỉ nhờ vào một ý tưởng lý thú. Khi huyền thoại truyền thông Rupert Murdoch mua tờ báo này, nó còn rất mờ nhạt. Do vậy một thiên tài PR gợi ý chuyện đưa hình bán khỏa thân của nhiều cô gái lên trang

ba hàng ngày, Murdoch đã nhìn thấy được tiềm năng và mua đứt ý tưởng đó. Tờ báo này lập tức trở thành tờ báo bán chạy nhất nước Anh.

Một công ty vừa quyết định chạy thương hiệu đậu phộng mới có tên “BIG D” Điểm đặc biệt của thương hiệu này là những hạt đậu phộng “BIG D” chỉ được bán ở quán rượu và bar. Thế nhưng, ở những nơi như vậy, người ta chẳng để ý mình đang nhai loại đậu phộng nào khi uống bia. Vậy thì làm thế nào để người ta yêu cầu đúng đậu phộng “BIG D” ở bar bây giờ? Nếu đưa nó lên quảng cáo trên báo in và bảo rằng đậu phộng “BIG D” tươi ngon, đậm đà hết chỗ chê thì đúng thật là tuyệt vọng... hết chỗ nói, chẳng có tay uống bia nào quan tâm đến những chuyện như vậy đâu. Thế là họ nghĩ ra một ý tưởng mà chắc chắn nếu nghe qua, Hugh Hefner sẽ rất tự hào.

Tất cả những quán rượu ở London đều được gửi đến tấm poster to đùng có in hình một cô gái khoả thân. Tuy nhiên, những bộ phận trên cơ thể cô ấy đã bị những gói “BIG D” che lấp đi mất, chỉ ngoại trừ khuôn mặt diễm lệ là chừa lại mà thôi. Khi một người đến quán bar yêu cầu được ăn đậu phộng, nhân viên quầy bar sẽ mở một mảnh ngẫu nhiên trên tấm poster đó.

“Kích thích thế? Cho tôi nhiều đậu phộng hơn đi! Tối nay tôi phải xem cho bằng được cơ thể cô ấy như thế nào!” Đó là lời mà tôi nghe được từ một người đàn ông trong chiếc măng tô màu xám. Và hẳn nhiên ông ấy chẳng phải là thiểu số ở đây.

Khách quen của quán rượu cứ thế mà trở nên say đắm với đậu phộng “BIG D” từ đây.

Tai nạn ở ga tàu điện ngầm

Norfolk Broads là một trong vô số những con kênh chảy dọc qua các miền quê tuyệt đẹp của Anh quốc. Thỉnh thoảng vào ngày nghỉ tôi cũng hay đến đây.

Ở nơi này, bạn có thể thuê và tự lái những chiếc thuyền dài khoảng chục mét, hoặc dạo chơi trên các du thuyền lững lờ trôi bồng bềnh trên những con kênh, thư thái ngắm nhìn thế giới. Cùng với một số người bạn, tôi lên một chiếc du thuyền với nhiều ý định tuyệt vời. Và quả thật, cuộc sống trên đó thật giống như trong mơ: Chúng tôi cùng ngồi trên boong, cùng hớp từng ngụm bia lạnh, ngắm đàn bò gặm cỏ ở trên đồng ruộng xa xa. Đó là những ngày mùa hè nóng bỏng, dài đằng đẵng và bia chảy đều trong cuống họng của mỗi đứa chúng tôi.

Rồi cũng đến lúc tôi là người được giao nhiệm vụ cầm lái, điều khiển thuyền. Vô-lăng khá nhạy. Một cú giật bất thình lình và phần sau của tàu nghiêng mạnh, còn về bên trái hay bên phải thì phải tùy thuộc vào cú giật tay lái đó nó như thế nào nữa.

Lúc chúng tôi đi qua, trên bờ các dòng kênh có rất nhiều những ngư dân đang ngồi buông cần câu cá. Thế rồi, một cú giật nhẹ tay lái của tôi khiến cho thuyền bắt đầu đánh võng về phía bên phải, rồi trái rồi lại phải lần nữa. Toàn bộ dụng cụ của ngư dân như cần câu, móc câu, dây mắc và hòn chì đều bị thả rơi xuống nước. Những ánh nhìn bối rối hướng về phía tôi. Thật sự, tôi không còn khả năng làm chủ bản thân mình nữa. Một cô gái là bạn của tôi đang nhấm nháp rượu trên boong tàu thì bị cành cây quẹt ngang và rơi thẳng xuống nước. Chồng của cô ấy lập tức lặn xuống để tìm và cứu người tình trăm năm của mình, nhìn ở ngoài người ta rất dễ nhầm tưởng đó là một vụ cá mập tấn công. Trong khi tất cả mọi thứ đều trở nên lộn xộn vượt tầm kiểm soát, tôi vẫn phải cố hướng tay lái về phía thích hợp và tiếp tục giữ lái.

Bạn học cũ của tôi, Dennis Hobbs, đã sắp xếp thời gian ghé qua thăm và trò chuyện với tôi. Nhớ hồi còn ở đại học, anh ấy là "bảo kê" của tôi. Sau này khi tôi có bạn gái rồi, anh cũng thôi không quậy phá nữa.

Chúng tôi đến quán rượu và các câu lạc bộ đêm rồi "quẩy" tưng bừng ở đó. Tại Kings Road ở Chelsea, cả hai đứa lang thang với những cô nàng "quý tộc" thuộc dòng dõi thượng lưu đến từ vùng

Sloane Square. Những cô gái ấy vừa có tiền vừa có vẻ ngoài xinh đẹp. Họ yêu âm giọng Úc của chúng tôi khi trò chuyện lúc đi dạo trong những con đường ở Hyde Park.

Chúng tôi cũng đeo đuổi một nhóm những cô gái làm công người Thuỵ Điển, họ chọn công việc trông trẻ để nâng cao khả năng tiếng Anh của mình. Còn nhớ ở nơi ấy, các ga điện ngầm đồng loạt trưng lên loạt hình các thiếu nữ chỉ có bộ quần áo lót che thân với dòng tiêu đề cỡ bự: “Trong sâu thẳm, họ là những người xinh đẹp cực kỳ.” Cứ mỗi lần bắt tàu điện ngầm về lại nhà, hai đứa tôi lại cảm thấy dòng tiêu đề đó thật chẳng có chút nào sai.

Đó đã là ngày cuối cùng anh bạn tôi ở lại chơi, vậy nên tôi quyết định sẽ dành cho anh ấy một lời tạm biệt đặc biệt. Tôi dẫn anh ta đến quán tôi ưa thích: Elephant and Castle. Suốt buổi chiều hôm ấy, tôi và Dennis chỉ ngồi một chỗ và gào lên “Cho thêm bia đi nào!”. Chúng tôi đã ngập ngụa trong hơi men và bằng một cách diệu kỳ nào đó, Dennis đã bắt được xe taxi đến sân bay. Và cũng bằng cách diệu kỳ nào đó, tôi bắt được chuyến tàu điện trở về nhà.

Trong trí nhớ của tôi còn lưu giữ hình ảnh mình lảo đảo ngồi trên ga điện ngầm của Earls Court. Tấm bảng hiệu nhấp nháy “Trạm kế tiếp, Wimbledon”. Tôi bước liêu xiêu về phía trước, và đám đông háo hức đằng sau đã đẩy mạnh tôi lên trên tàu điện. Khi cảm nhận được mình vừa ngã xuống đất, tôi có thể nghe thấy tiếng mọi người rú lên vì sợ hãi.

Thường thì người ta sẽ chết nếu ngã vào đường tàu điện. Tất cả các ống tuýp chia thành hai phần là hai phần phía ngoài và một phần lõi ở giữa. Phần lõi giữa “rất sống động”, nghĩa là bạn chạm vào thì sẽ được tận hưởng cảm giác... bị giật tê tái đến không ngờ.

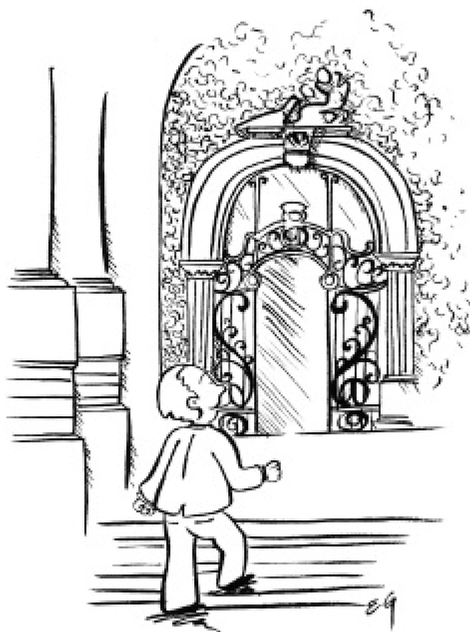
Những hình ảnh lờ mờ vụt qua trước mắt, chỉ có ánh đèn của tàu điện ngầm đang chiếu thẳng là rõ ràng đối với tôi mà thôi. Bản năng bảo tôi là hãy nhảy khỏi đường tàu đi. Trong lúc đang bám lấy một điểm tựa để đứng lên, tôi lại phát hiện ra ở phía đường tàu còn lại cũng có một con tàu khác đang lao thẳng đến. Lập tức, cả thân người

tôi như đông cứng lại theo tiếng còi tàu réo vang. Tôi đẩy thân người sang một đường tàu khác nữa. Thế rồi có tay ai đó nắm lấy tay tôi, kéo thẳng tôi lên trên thềm sân ga. Thật kỳ diệu, không hiểu sao trong lúc bám lấy đường tàu và đẩy mình đi liên tục như thế, tôi lại không chạm phải bất cứ cái lõi "sống động" nào.

Tôi loạng choạng bước đi như một bóng ma, bước lên cầu để bắt lại chuyến tàu đến Wimbledon. Áo quần tôi phủ đầy bụi bẩn, tay và mặt thì đen nhẻm. Ai cũng nhìn tôi với ánh mắt kinh hoàng, không thốt được nên lời.

Lúc về đến nhà, tôi ngã uỵch lên giường như một thây ma sống rồi bắt đầu mơ màng. Thế rồi những cơn ác mộng kinh hoàng ập đến. Tôi ngủ cứ như đến cả mấy ngày. Khi tỉnh giấc, tôi còn nhớ trong mơ mình đã xem bộ phim *The Ipcress File*, trong đó Michael Caine đã giấu mình dưới ga tàu điện ngầm ở London khi con tàu lướt qua vun vút. Tôi xác nhận điều đó là có thể xảy ra, và tôi là nhân chứng sống! Thật quá may mắn! Cơn say đã kéo dài dai dẳng suốt nhiều ngày sau đó.

Tôi cũng chỉ cạch được vài ngày rồi đâu lại vào đấy.



Chương 6

SỰ CỐ Ở MALTA

Công việc đầu tiên của tôi tại London là làm cho khách sạn Waldorf, và tôi sẽ không bao giờ có được công việc này nếu không có sự giúp đỡ của Ely McVerry, một thiếu nữ người Ai-len ngọt ngào. Tôi và cô ấy nhanh chóng trở thành những người bạn tốt. Thỉnh thoảng sau giờ làm việc, chúng tôi lại gặp gỡ tại Punch & Judy ở Covent Gardens để uống vài ly. Tôi thực sự thích cô ấy, nhưng giả sử như Ely có biết được điều này, chắc cô cũng giữ kín trong tâm. Những buổi hẹn hò nho nhỏ dần dà cũng nhiều lên, trở thành một thói quen khó bỏ với cả hai chúng tôi. Trong những buổi đó, tôi là người ham nói và thích uống bia. Còn cô ấy là người chăm chú lắng nghe bên ly rượu đỏ của mình.

Kỳ nghỉ hè đã cận kề. Một hôm nọ, Ely bảo với tôi rằng:

"Tụi mình chuẩn bị đi Malta, cậu có muốn đi cùng không?"

"Tụi mình" ở đây là Ely và nửa kia của cô ấy, bác sĩ Tony. Tony có mối quan hệ thân thiết với Thủ tướng Malta là Dom Mintoff và con gái Anna của ông ấy.

Tôi đồng ý lời mời của cô ấy.

"Tớ rất sẵn lòng được nhập hội. Cảm ơn nhé!"

Malta chỉ cách London vài giờ bay. Chính phủ Anh đổ hàng triệu đô một năm cho vùng đất này bởi vị trí quân sự chiến lược của nó. Thế nhưng vào mùa hè thì nơi đây lại bị "chiếm đóng" bởi những người đi nghỉ mát. Họ ngồi tràn lan trên những quán cà phê vỉa hè, cùng uống bia, ăn cá và khoai tây chiên. Nhiều tác giả nổi tiếng cũng chọn Malta làm nhà của họ, trong đó có cả Nicholas Monsarrat – người đã viết nên cuốn tiểu thuyết bán chạy nhất: *The Cruel Sea*. Một trong những tuyển thủ nổi tiếng nhất Anh quốc là Stanley Mathews cũng đã chọn Malta làm chốn nghỉ dưỡng khi về hưu.

Mintoff đã đảm nhận chức vị thủ tướng Malta trong nhiều thập kỷ. Con gái ông là Anna, một cô gái tóc vàng, da trắng, xinh lộng lẫy, đang ở độ tuổi 20 đầy nhựa sống. Anna đã kết hôn với biên kịch của chương trình truyền hình nổi tiếng *Beyond the Fringe* do Dudley Moore và Peter Cook sáng lập.

Sự cố truyền hình

Từng có lần tôi phỏng vấn Moore, người trở nên nổi tiếng nhờ việc thủ vai chính trong bộ phim bom tấn *10* cùng với Bo Derek. Vào thời điểm đó, ông ấy muốn làm một chương trình truyền hình thật đặc biệt ở nước Úc. Nhưng chỉ một đêm trước khi lên sóng, Moore lại say rượu túy lúy. Ông ta bước đi loạng choạng trên trường quay và thay vì trở nên cực kỳ vui vẻ, Moore lại chửi thề. Chuông điện thoại của trường quay hôm đó réo liên hồi. Khán giả xem đài phàn nàn, phẫn nộ không ngớt. Chẳng có gì là khó hiểu khi màn trình diễn lảo đảo của Moore được giật tít ở hầu hết các trang truyền thông. Các phóng viên tiếp cận Moore một cách điên cuồng, nhằm kiếm được dù chỉ là một buổi phỏng vấn. Moore giữ thái độ im lặng. Lúc ấy tôi

cũng là một phóng viên trẻ, và tôi biết nếu kiếm được tin đặc biệt này, sự nghiệp tôi sẽ sang một trang hoàn toàn mới.

May mắn thay, Ruby, người mà tôi từng hẹn hò một thời gian ngắn trước kia, đang làm nhân viên ở khách sạn Moore đặt phòng. Phóng nhanh tới khách sạn, tôi nài nỉ Ruby:

"Anh có thể gặp Dudley Moore được không?"

"Nhưng ông ta báo với khách sạn rằng không muốn tiếp bất cứ ai cả."

"Làm ơn đi mà em. Anh sẽ đãi em bữa tối nhé?"

"Thôi được rồi, nhưng chỉ lần này thôi nhé! Em sẽ gặp rắc rối lớn mất thôi."

"Không sao đâu! Cảm ơn em nhiều lắm."

Nhận được tấm vé thông hành từ Ruby, tôi tiến lại phòng Moore, gõ cửa. Tâm trạng của tôi lúc đó là sự pha trộn giữa lo lắng và hào hứng tột cùng. Moore xuất hiện trong chiếc áo choàng tắm, dáng vẻ u sầu, nhìn cứ như đã bị say xỉn lâu năm vậy. Khổ nỗi là trước đó tôi cũng có làm vài ly nên khuôn mặt lúc ấy chắc cũng chẳng khác gì Moore. Tuy vậy, phản ứng của Moore mới chính là thứ làm tôi ngạc nhiên nhất: Không những ông ấy không đuổi tôi đi mà mời tôi vào phòng.

"Tự rót cà phê đi nhé!" Moore bảo tôi.

"Cảm ơn ngài."

Tôi cảm nhận được sự ủ rũ trong giọng nói của ông ấy. Sự thông cảm bắt đầu dâng lên trong trái tim tôi. Người đàn ông này quả thật rất đáng thương.

"Anh muốn biết điều gì về tôi nào?" Moore hỏi trước khi tôi kịp đưa ra bất cứ câu phỏng vấn nào.

“Thật tình là tôi chỉ muốn ngài kể lại chuyện gì đã xảy ra với ngài đêm qua mà thôi.”

“Đó là một sự cố đáng tiếc.”

Sau câu nói ngậm ngùi ấy, Moore kể liền tù tì một mạch những gì đã thực sự xảy ra. Trưa hôm trước, ông ấy đã ăn chung với bạn bè và chẳng hiểu thế quái nào mà nó lại chuyển thành một buổi nhậu say sưa đến tối. Kết quả cuối cùng vượt xa mong đợi: Tôi đã có bài viết độc quyền đầu tiên đăng ngay trang nhất một tờ nhật báo!

Giờ là lúc trả ơn cho Ruby. Làm sao để bày tỏ hết lòng cảm kích của tôi đối với cô nàng khi đã giúp tôi có được mẩu tin đặc biệt đó? Thế rồi tôi nhớ đến một người bạn mà Ruby rất thích. Một buổi hẹn ba người được sắp xếp. Tôi chỉ uống chút ít rồi rời đi, sau khi đã tiến lại quầy phục vụ và thanh toán trước số tiền cho bữa ăn hôm đó.

Sự cố ngoại giao

Tuy vậy, chuyến đi của tôi đến Malta quả thật đã là một rắc rối lớn ngay từ lúc khởi đầu.

Kỳ nghỉ của chúng tôi khởi đầu bằng một buổi tiệc cocktail ở dinh thự nhà Anna Mintoff, có hướng nhìn thẳng ra biển Địa Trung Hải. Cảnh tượng ban đêm lung linh như thể được cắt ra từ một cảnh phim *South Pacific*, khi Rosario Brazzi hát vang bài “Some Enchanted Evening”.

Những ngày tiếp đó, chúng tôi đi picnic trên bãi biển, cùng nhấm nháp nhiều loại rượu bên nhau. Anna mặc một bộ bikini màu trắng, cho mọi người chiêm ngưỡng làn da rám nắng tuyệt đẹp của cô cùng mái tóc dài vàng óng tung bay trong gió. Trông cô chẳng khác gì một phiên bản của Ursula Andress trong bộ phim về James Bond có tên *Dr. No* vậy. Vì không biết bơi, nên tôi chỉ ngồi thảnh thơi trên bãi cát trong khi những người kia nô đùa giữa biển xanh.

Chúng tôi chơi tennis tại một câu lạc bộ riêng ở Malta, cùng ăn tối ở những nhà hàng ngon tuyệt hảo, nhảy suốt đêm trong điệu

disco, và sáng hôm sau thức dậy khi mặt trời đã lên cao. Thường thì nhập hội với chúng tôi còn có những người phục vụ, các vị chính khách và những nhân vật nổi tiếng. Chúng tôi đi dạo quanh thành phố với lực lượng bảo vệ hùng hậu đi trên xe Mercedes và BMW.

Ngày cuối cùng của kỳ nghỉ hè trong mơ, đích thân Mintoff mời chúng tôi đến dự bữa tối với ông ở dinh thự Thủ tướng. Được đón đi và hộ tống bởi đoàn tùy tùng của ông ấy, chúng tôi đến vừa kịp lúc cho buổi cocktail trước bữa tối. Có mặt ở đó là những nhà chính khách, đại sứ và một mớ lộn xộn những người háo danh. Anna hướng mắt về phía chúng tôi, thể hiện vẻ chào mừng trên khuôn mặt. Tối hôm ấy, cô đảm nhận việc sắp xếp mọi thứ cho buổi tiệc.

Bàn tiệc hình chữ nhật dài, có sức chứa hơn 20 khách. Anna mời mọi người vào vị trí của họ. Và may mắn thay, chỗ của tôi là ở giữa bàn, ngay bên cạnh cô ấy! Vị thủ tướng ngồi ở đầu bàn, cạnh vợ ông. Còn bạn đồng hành của tôi không xuất hiện trong bàn ăn cho đến cuối buổi tiệc. Có lẽ cô ấy đã ở trong bếp.

Rượu tiếp rượu và lời cứ tiếp lời. Quá trình ấy cứ lặp đi lặp lại cho đến khi một chuyện kinh khủng diễn ra!

Khi xuất hiện, bạn đồng hành của tôi đưa tay gạt mạnh đống ly thuỷ tinh trước mặt cô ấy và đẩy toàn bộ đĩa thức ăn bắn tung toé ra xung quanh.

Cô hét lên:

“Tôi phát mệt với cái đống tạp nham này quá rồi!”

Nói xong, cô nàng nhảy bổ ra ngoài dinh thự.

Ngay lập tức, Malta được đặt trong tình trạng báo động đỏ.

Mintoff kêu lớn: “Đi tìm cô ấy ngay!”

Tất cả mọi người vội vàng làm theo lệnh. Phương tiện quân đội và xe cảnh sát rú còi báo động khắp những con phố đông đúc lẫn

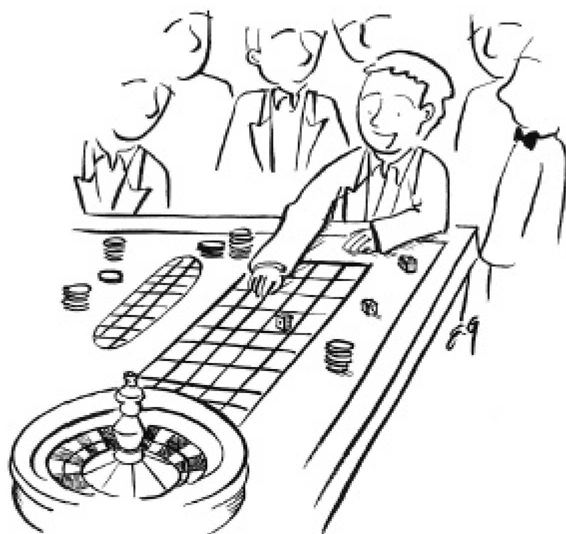
những ngõ hẻm. Tôi ngồi bất động bên Anna. Tất cả những gì tôi chỉ có thể lắp bắp là: “Chúng ta phải tính sao bây giờ?”

Đột nhiên, một người đàn ông trong trang phục quân đội bước thẳng vào căn phòng, thông báo: “Chúng tôi đã tìm ra cô ấy. Làm ơn đi theo tôi.”

Tôi nhảy lên xe jeep, suy nghĩ suốt chặng đường đến với bạn đồng hành của mình: “Biết nói gì với cô ấy đây?”

Khi chúng tôi gặp nhau, tôi đã thốt lên: “Cô biết không? Cô suýt gây ra một rắc rối lớn về ngoại giao đấy! Tôi có thể bị tống vào tù đấy.”

“Thì đáng đời anh thôi.” Cô nàng đáp lại, vẫn ngoan cố và bướng bỉnh.



Chương 7

XOẮN XUÝT VỚI ĐẠI GIA VÀ NHỮNG NGƯỜI NỔI TIẾNG

Ở Las Vegas, bạn có thể đi vòng quanh thế giới trong vòng 80 phút chứ không đến 80 ngày như trong tiểu thuyết hay phim ảnh đề cập. Bạn có thể nhìn, ngắm và chạm tay vào New York, Paris, Cairo hay Venice chỉ với phương tiện di chuyển là chiếc limousine. Tất cả đều có ở Las Vegas.

Ở đây, mọi thứ đều khoác lên mình một vẻ hào nhoáng, quyến rũ và mê hoặc đến lạ lùng. Bạn có thể ăn hoài, uống mãi, đắm chìm trong làn khói thuốc mà không thấy mệt, cá độ mà không cần nghĩ tới ngày mai. Tất cả mọi thứ trông đều có vẻ căng tràn sức sống. Nếu bạn cảm thấy hưng phấn, cứ thế mà làm đám cưới thôi! Nếu bạn thấy hơi nản, ly hôn trong vòng hai phút! Như câu người ta hay nói đấy: "Điều gì xảy ra ở Vegas thì sẽ mãi chỉ ở Vegas thôi!"

Ngồi ở hàng ghế sau trong chiếc limousine sang trọng, tôi cất tiếng hỏi tài xế:

“Ai là tay chơi bạc cừ nhất Vegas?”

Không ngần ngừ, anh ta đáp lại ngay:

“Kerry Packer.”

Quá ngạc nhiên trước câu trả lời thần tốc của tài xế limousine, tôi tiếp tục đem câu hỏi đó đặt cho nhân viên mở cửa ở Caesar’s Palace:

“Là Kerry Packer, thưa ngài.” Anh ta trả lời một câu y chang.

Để đoán chắc về kết quả, tôi lại tiếp tục hỏi bà chia bài mập mạp ở Bellagio với cùng câu hỏi đó. Bà ta nháy mắt và đáp:

“Kerry Packer đó cưng à!”

Packer được biết đến như là ông trùm sòng bạc. Có nhiều gã đã đặt cược cả triệu đô, thắng và thua cũng chừng ấy chỉ trong một tối. Nhưng cách Las Vegas đối xử với người khổng lồ như kiểu anh hầu thân cận phục tùng một vị vua. Trực thăng riêng, căn hộ sang trọng, những bữa tiệc tùng liên miên và tha hồ cặp kè với những cô nàng nóng bỏng nhất thế giới.

Packer là người đàn ông Úc giàu có nhất. Một con người vĩ đại, kiếm tiền từ việc nhúng tay vào hầu như tất cả các mảng kinh doanh, từ truyền thông cho đến sòng bạc. Ông ấy tham gia luôn trong lĩnh vực cricket chuyên nghiệp, tạo ra giải đấu *The World Series*, và biến những vận động viên cricket bình thường thành những tay chơi có giá chuyển nhượng cao nhất. Thế nhưng môn thể thao ưa thích của ông lại là mã cầu (polo)[(1)] chứ không phải cricket. Một ngày nọ trên sân, Packer ngã từ trên lưng ngựa và chết lâm sàng ngay lúc đó. Được đưa khẩn cấp đến bệnh viện bằng xe cứu thương, ông ấy lại làm nên lịch sử với việc phục hồi một cách nhanh chóng. Tại buổi họp với cánh truyền thông sau đó, Packer dí dỏm nói rằng:

“Tôi đã đến thế giới bên kia và chẳng thấy cái quái gì ở bên đó cả.”

Một đêm nọ ở Vegas, tôi cảm thấy vận may đang đến với mình. Bởi vậy, tôi quyết định đặt cược ở bàn xì dách[2]. Tôi thích dành một chút ít thời gian suy nghĩ trước khi yêu cầu người chia bài đưa mình thêm một quân bài khác. “Anh làm ơn nhanh lên một chút” Người chia bài giục tôi. Nếu hai quân bài đầu tiên có tổng giá trị là 12 thì nếu tôi “mua” thêm một quân bài nữa, hi vọng thắng cuộc chỉ nằm ở con số tổng là 21 hoặc thấp hơn mà thôi. Đó là một nước đi hiếm thấy, kể cả ở một nơi đầy may rủi như Vegas. Bất cứ khi nào tôi làm điều đó, người chia bài lại ra hiệu cho nhân viên giám sát. “Để đó cho tôi!” Nhân viên đó gật đầu. Tôi ngồi ở bàn đó chơi bài một lúc, thắng vài ván nhất định. Thế rồi gã nhân viên giám sát từ từ tiến lại bên cạnh.

Rất tự nhiên, tôi làm bộ tình cờ đề cập rằng mình là bạn “tốt” của Kerry Packer. Không nói một lời nào, nhân viên giám sát đó biến mất. Điều tiếp theo tôi biết được là một cô nàng gợi cảm trong chiếc tất lưới màu đen với phần cổ áo khoét sâu trên ngực tiến lại gần. Thế rồi cô ấy gắp từng viên đá vào ly champagne đặt cạnh tôi.

“Champagne dành riêng cho ngài ạ.”

Rồi một nữ thần hạ giới khác mang đến cho tôi một điếu xì gà Cuba chính hiệu.

“Để em châm lửa giùm cho nhé?”

Người chia bài giờ đây nói với tôi rất nhẹ nhàng:

“Tận hưởng khoảng thời gian hạnh phúc này đi, thưa ngài.”

Hai cô nàng nói trên đứng luôn ở hai bên hông tôi, ngắm nhìn tôi hớp từng ngụm champagne và phì phèo hút điếu xì gà. Đúng là trúng số! Đó cũng là lần đầu tiên tôi nghĩ rằng câu nói của mọi người nên được chỉnh sửa: “Thứ gì xảy ra ở Vegas thì không nên chỉ ở Vegas”

Để thêm phần hào hứng, tôi bắt đầu cược gấp đôi. Giai điệu bài hát của Lionel Richie là "All Night Long" cứ thế vang lên trong đầu.

Thế rồi, bất thình lình hai cô nàng biến mất. Người chia bài lại lên tiếng: "Anh làm ơn nhanh lên một chút" Mọi thắc mắc trong đầu tôi chỉ chấm dứt khi nghe thấy lời giải thích từ chính miệng của nhân viên giám sát:

"Tôi đã kiểm tra lại danh sách. Anh không phải là bạn của ông Packer."

Đó là lúc tôi tỉnh giấc mộng. Và rồi lại đơn độc đi ngủ mà thôi.

Tiệc nướng cùng nữ thần Nam Phi

Khách sạn Victoria Falls ở Zimbabwe nằm ngay gần biên giới với Zambia. Khách sạn này có tuổi đời hàng thế kỷ, cực kỳ tráng lệ và có những bãi cỏ rộng thênh thang. Mỗi buổi hoàng hôn, tiếng sáo và kèn túi lại vang vang. Ngồi trên bậc thềm gỗ với một ly gin-tonic, thậm chí bạn có thể cảm nhận được tiếng vỡ oà của thác đổ đâu đây.

Tôi có chuyến đi vào lúc hoàng hôn trên con tàu du lịch dọc theo con sông lớn Zambezi, cùng ở trên một khoang thuyền với nửa tá người nữa. Những người phục vụ chỉn chu trong bộ đồ trắng, đem lên các món thức ăn và đồ uống. Zambezi chính xác là một trong những con sông vĩ đại nhất thế giới, có dòng chảy dọc theo ngọn Kilimanjaro và đổ ở thác Victoria. Những con hà mã bơi ở dưới sông, chỉ để lộ đầu của chúng ở phía trên dòng nước, đưa đôi mắt lồi nhìn chòng chọc vào những người khác. Hàng trăm loài chim xuất hiện bên bờ sông, bay lượn vòng vòng hoặc đậu trên những cành cây vững chãi. Mặt trời lặn trông như một quả bóng đỏ từ từ chìm xuống.

"Ngài uống thêm cốc nữa nhé?" Người phục vụ hỏi tôi.

"Ồ không, cảm ơn cậu."

Một gã nọ ngồi cạnh tôi nghiêng người qua và hỏi khẽ:

“Anh có biết ai đang ngồi cạnh tôi không?”

Tôi đánh mắt nhìn qua và trông thấy một cô nàng tóc vàng gợi cảm.

“Đó là P.J.Powers, còn tôi là nhân viên của cô ấy.” Rất nhanh chóng, nhân viên này quay sang giới thiệu tôi với P.J. “Xin giới thiệu với cô đây là Michael đến từ Úc.”

“Chào anh.” Cô nàng cười tươi. “Tôi mời anh một ly nhé?”

“Thật vinh hạnh quá! Cho tôi một ly gin-tonic”.

Nếu bạn còn chưa biết đến cái tên P.J. thì xin hân hạnh giới thiệu: Cô ấy là ca sỹ nổi tiếng nhất Nam Phi! Tổng thống của Nam Phi lúc ấy là Nelson Mandela đã chọn P.J. làm người hát ca khúc chính thức tại lễ khai mạc World Cup bóng bầu dục năm 1995, sự kiện trọng đại đầu tiên từ sau chế độ Apartheid. Được truyền hình trực tiếp đến hàng triệu người trên toàn thế giới, đó là buổi trình diễn cho một đất nước Nam Phi hoàn toàn mới. P.J. cũng được xem là một nữ thần trong mắt người dân nơi đây.

Xin nói thêm là lựa chọn của Mandela lúc đó đã khiến cả Nam Phi kinh ngạc. Tất cả người dân lúc ấy đang trông chờ một ca sỹ da màu chứ không phải là một nữ danh ca da trắng tóc vàng đứng lên hát đại diện cho dân tộc mình.

Năm đó, Nam Phi đã thắng World Cup, và bộ phim *Invictus* với sự tham gia của Matt Damon và Morgan Freeman đã được thực hiện để nói về sự kiện thể thao gây ấn tượng bậc nhất thời điểm đó.

Quay trở lại thời điểm hiện tại, P.J. đang tận hưởng ly rượu của mình và tôi cũng vậy. Vẻ đẹp tuyệt vời của dòng Zambezi phai nhạt đi theo dòng câu chuyện của chúng tôi, cho đến khi cuộc hành trình kết thúc.

“Sao anh không ăn tối chung với chúng tôi nhỉ?” P.J. hỏi, sau khi chúng tôi đã lên bờ.

“Nếu được vậy thì tuyệt quá rồi.”

“Vậy hãy gặp nhau vào lúc 8 giờ tối nhé!”

“Chắc chắn rồi.”

Bữa tối là một tiệc nướng bên bếp lửa bập bùng. Thịt thú rừng toả mùi vị hấp dẫn. Bầu trời đêm lấp lánh ánh sao. Và những ly rượu cứ đầy rồi lại vơi nhanh chóng. Nửa đêm trôi qua nhanh như chớp.

Đến mãi tận sau này, tôi vẫn không quên được hình ảnh những người châu Phi chơi guitar bên ánh lửa và P.J. hát vài đoạn trong ca khúc bất hủ của mùa World Cup bóng bầu dục năm 1995: “World in Union” trong tiệc nướng barbecue ngày hôm ấy. Ở châu Phi, hát vang khi quây quần bên ánh lửa là điều bắt buộc. Và tôi cảm thấy điều bắt buộc này thật tuyệt vời!

Tấm hình với minh tinh

The Highlander, du thuyền của Malcolm Forbes (chủ tạp chí danh tiếng *Forbes*) đang đậu lại ở Trung tâm Thương mại Thế giới của Singapore. Không phải tự dưng mà Forbes xuất hiện, ông ấy đến mừng sinh nhật Quốc vương Thái Lan năm đó.

Dòng khẩu hiệu của Forbes thể hiện đúng ý nghĩa của tạp chí này: “Một công cụ của chủ nghĩa tư bản”. Ngày hôm ấy, trên chiếc du thuyền *The Highlander*, những nhân vật nổi tiếng như nữ diễn viên huyền thoại Elizabeth Taylor, cháu trai của Tổng thống Eisenhower, phó chủ tịch của Pepsi và CEO hiện thời của Apple và John Scully đều có mặt. Để ghi dấu sự kiện trọng đại này, Forbes mời đến cả tá khách VIP cho bữa trưa. May mắn thay, tôi là một trong số đó. Trên du thuyền ngày hôm ấy, tôi đã có dịp tận mắt chứng kiến một chiếc trực thăng vàng chóe đậu ở đầu mũi du thuyền, những căn phòng nguy nga tráng lệ và nửa tá đồng hồ viền vàng chỉ ra những múi giờ khác nhau trên thế giới giống như bạn vẫn thấy ở sân bay.

Chúng tôi có một buổi tiệc rượu trước bữa trưa và đã bàn với nhau những câu chuyện rất chi là chính thống. Không giống như

chuyện bạn gặp ai đó ở quán bar trên phố và hỏi những câu vô nghĩa kiểu như: “Bạn đi đâu đó?” hoặc “Bạn đã làm cái việc đấy lâu chưa?”, những vị khách trên du thuyền ngày hôm đó biết rõ họ muốn nói điều gì. Chỉ có điều không ai biết rõ công việc tôi đang làm, và buồn thay họ cũng chẳng thèm bận tâm đến điều đó.

Thế rồi sau một vài lượt rượu nữa, Elizabeth Taylor đột nhiên xuất hiện. Cả căn phòng im lặng, mọi người dồn hết sự tập trung về phía cô ấy. Đó là lần đầu tiên tôi được đứng cùng một nơi với siêu sao đến từ Hollywood.

Bữa trưa được dọn ra. “Ngài uống Chateux Margaux hay Kristal Champagne?” Trước câu hỏi này của hầu bàn, tôi chỉ muốn nói là cả hai. Tuy vậy, tôi chỉ chọn một loại mà thôi.

Du thuyền bắt đầu trôi lững lờ vô định. Bữa say túy lúy cũng bắt đầu ảnh hưởng đến trí não tôi. Và cứ thế, tôi quẳng hết những nghi thức sáo rỗng ra khỏi bản thân mình.

“Tôi có thể chụp chung một tấm hình với cô được không cô Taylor?”

“Nếu anh muốn.” Cô ấy mỉm cười thân thiện.

Tới lúc này tôi mới chợt nhận ra một sự thật khủng khiếp: Tôi làm quái gì có máy chụp hình?

Du thuyền vẫn đang đậu. Tôi túm lấy ông thuyền trưởng, nói gấp:

“Tôi cần một máy chụp hình ngay lập tức!”

“Chờ tôi một phút, thưa ngài.” Chỉ trong chốc lát ông ta đã kiếm được máy chụp hình cho tôi.

“Chụp giùm tôi một tấm hình với quý cô Taylor đây luôn được không?” Tôi đề nghị.

Tôi đứng kề bên cô ấy, mong muốn khi lên hình trông mình sẽ thật sự thân thiết với siêu sao nổi tiếng này. “Tách!” một cái, thế là tấm hình tự động bật ra. Đó là một máy chụp hình lấy liền!

Không bỏ qua cơ hội quý giá này, tôi chìa tấm ảnh đến Taylor, đề nghị:

Cô có thể cho chữ ký lên đây được không?

Sau đó, tôi hí hửng nhận lấy tấm hình đã có bút tích của nữ minh tinh trên đó với những dòng quý báu sau: “Gửi Michael de Kretser. Chúc điều tốt lành nhất đến với anh, Elizabeth Taylor.” Và rồi cứ thế bước trên boong tàu, lòng ngập tràn vui sướng như một đứa trẻ.

Ngoài kia, ánh hoàng hôn đang dần buông xuống.

Và rồi cô ấy hát

Câu lạc bộ đêm Studio 54 vừa mới mở ở Melbourne, sử dụng chung một công thức thành công như ở New York: đó là khách hàng cứ lượn quẩn quanh bên ngoài câu lạc bộ, xếp ở một hàng dài, và hi vọng nhân viên gác cửa cho phép vào bên trong. Đó là tụ điểm mới của giới trẻ Melbourne. Bất cứ ai đến đó đều ăn mặc phong cách nhất có thể.

Ngày hôm ấy, tôi đang uống với một vài người bạn thì bỗng một ý tưởng lóe lên trong đầu: Tại sao không ghé qua thử Studio 54 một lần? Xếp trong một hàng dài dằng dặc, cuối cùng chúng tôi cũng được chọn để bước vào bên trong.

Câu lạc bộ đêm này nằm trong khu chứa đồ của một tòa nhà hai tầng rộng lớn, được tân trang bởi vô vàn quầy bar, phòng riêng, sân khấu, những ánh đèn nhấp nháy đủ màu... tất cả những chi tiết trong này đều phô ra một vẻ hào nhoáng. Tôi cùng đám bạn quyết định nghỉ chân ở một trong những quầy bar, uống vài ly rượu và cảm thấy thân mình ướt đẫm vì không khí nóng hừng hực xung quanh. Có quá nhiều người tập hợp lại trong không gian “nhỏ hẹp” này!

“The Supremes[3] vừa bước ngang qua đấy nhé!” Một trong những anh bạn của tôi thì thào.

The Supremes đang ở Melbourne trong một hành trình lưu diễn tại Úc và vừa kết thúc xong chương trình ở Palladium, St Kilda. Buổi tiệc ở câu lạc bộ đêm quả là một cách thư giãn tuyệt vời sau khi họ trình diễn xong, vậy nên không khó hiểu khi chiếc bàn mà họ ngồi xuống đã được xếp đầy những chai champagne hảo hạng, chực chờ được khui nắp mà thôi.

Cứ như thể là một tín đồ cuồng nhiệt của ban nhạc này, tôi bám theo họ. Tôi thậm chí còn ngồi xuống bên cạnh một thành viên của nhóm. Cho đến khi một gã nọ vỗ vào vai tôi, hỏi:

“Anh là ai vậy?”

Trước khi tôi co giò bỏ chạy, tiếng của một cô gái đã vang lên kịp thời:

“Anh ấy là bạn của tôi.”

Với chất giọng gầm gừ, gã kia cáu bẳn:

“Vậy thì được, cứ ở yên đó đi.”

Chờ cho gã không tập trung về phía mình nữa, tôi quay sang cô gái, nói nhỏ:

“Cảm ơn cô.”

“Không sao đâu. Dù gì thì tôi cũng muốn làm quen với những người lạ mà. Cái đám vệ sĩ ấy chẳng cho chúng tôi tiếp xúc với ai cả!”

Tôi hiểu ra rằng đã đến lúc tỏ ra thật bảnh, chứ không thể để mọi người nghĩ mình là một đứa hâm mộ cuồng loạn được. Những ly rượu đã nạp vào trước đó đã giúp tôi thể hiện được vẻ hiên ngang của mình. Sau vài lượt rượu champagne nữa, tôi đã được cô gái ấy giới thiệu với The Supremes và đoàn hộ tống.

“Tôi có thể mời cô đi ăn trưa ngày mai được không?” Tôi hỏi cô ấy.

“Tôi thích ý tưởng này đấy!”

“Được rồi, vậy tôi sẽ gọi cô nhé.”

“Anh không gọi cho tôi được đâu. Cô cười. “Đưa tôi số của anh, tôi sẽ gọi tầm 11 giờ sáng.”

Tôi viết số của mình lên trên mẩu giấy. Không phải vì tôi cẩu thả, mà là tôi đã quá nôn nóng để được quay về bàn của mình với những anh bạn, rồi thông báo cho họ biết rằng tôi sắp sửa được ăn trưa với một thành viên của The Supreme!

Sáng hôm sau, tôi căn dặn thư ký Jane của mình rằng:

“Giữ máy điện thoại tất cả các cuộc gọi đến sáng nay. Sẽ có một thành viên của The Supreme gọi đến đấy!”

“Tối qua lại vừa có gì hay ho hả sếp?” Jane nói, kèm theo một cái nháy mắt.

Gần 11 giờ sáng, tôi nghe thấy điện thoại văn phòng kêu. Sau đó, Jane hối hả đáp: “Vui lòng chờ một lát!” và rồi chạy xộc vào phòng của tôi:

“Là Supreme gọi đến đấy sếp!”

“Cảm ơn cô nhiều. Chuyển máy cho tôi ngay nhé!”

Hôm đó, tôi đã gặp nữ thành viên của The Supremes tại phòng thư giãn của khách sạn Southern Cross, địa điểm năm sao uy tín bậc nhất Melbourne. Rồi cả hai cùng tản bộ trên con đường Bourke trước khi quyết định dừng chân ở Florentino’s, nhà hàng Ý đắt đỏ nhất thành phố này. Đôi khi cơ hội chỉ đến một lần, vậy nên tôi nhất định phải mời cô ấy đến những địa điểm xa hoa như thế. “Những người da màu hiếm khi xuất hiện ở Melbourne nhỉ? ”Cô thì thào.

Bước đến chúng tôi trong bộ trang phục kẻ sọc, những người hầu bàn đưa ra một thực đơn cho bữa trưa.

“Tôi sẽ khai vị với một phần kem với nước sốt chocolate, súp nấm ăn kèm bánh bao Ý.” Cô ấy chọn món.

Tôi nhìn sang, nghĩ là cô ấy đang nói giỡn. Còn cậu phục vụ thì không dám ghi bất cứ thứ gì cô ấy chọn vào tờ giấy gọi món.

Dường như hiểu ra được vấn đề, cô ấy cười to:

“Có gì đâu chứ? Tôi lúc nào cũng thích ăn ngược như vậy đó!”

“Vậy thì cho tôi một phần y chang.” Tôi quay sang cậu phục vụ.

“Thế còn đồ uống thì sao, thưa ngài?” Cậu ta ghi ghi chép chép, rồi lại hỏi tiếp.

“Cô muốn uống gì?” Tôi hỏi cô gái.

“Một Drambuie và một rượu đỏ.”

“Tôi cũng vậy luôn!”

Kết thúc bữa trưa, chính cô ấy là người đề nghị cho lần gặp tiếp theo của chúng tôi:

“Tối nay anh có rảnh để đi dạo quanh khách sạn cùng tôi không? Tôi sẽ báo với vệ sĩ.”

Tối hôm đó, đang nhấm nháp rượu ở trong phòng của cô ấy thì tôi nghe thấy một tiếng kêu thanh như chim sơn ca. Rồi sau đó là những âm thanh khàn đục tiếp nối.

“Tôi vừa làm ấm lại và nới lỏng giọng ra cho màn trình diễn đêm nay.” Cô ấy nói một cách tự nhiên. “Như mấy gã vận động viên nới lỏng cơ bắp sau một ngày thi đấu mệt mỏi, chúng tôi phải nới lỏng cơ cổ họng của mình.”

Tôi không còn để ý đến những gì cô ấy nói ra nữa. Trong bộ trang phục gợi cảm đến chết người và cơ thể lại toả hương như nụ hồng thơm ngát, cô ấy chưa cần lên sân khấu thì đã hớp hồn vị khán giả đặc biệt là tôi rồi.

"Cứ đi đâu đó cho tới khi tôi quay lại nhé!" Cô ấy nhắn nhủ tôi. "Lúc nào ban nhạc cũng tiệc tùng sau buổi diễn cả."

Thật tình lúc đó tôi cũng chưa có kế hoạch là sẽ đi đâu. Nhưng chẳng hiểu sao bước chân lại cứ đi về phía quán bar quen thuộc, rồi sau đó lại gọi cho những thằng bạn chí cốt để thông báo tin tức cực sốc tiếp theo.

Sau buổi diễn, tất cả mọi người đều ở trong tâm trạng rất phấn khích. Không những The Supremes mà đoàn hộ tống xung quanh cũng vậy. "Đập tay ăn mừng nào!" Một anh da màu quản lý hành lý nói với tôi. "Đập tay tôi nữa đi!"

"Lại thêm một cái đập tay của anh chàng tài xế. Tôi cũng chẳng khác gì họ, chỉ là một người trong đoàn hộ tống. Tuy vậy, có lẽ tôi là người da trắng đầu tiên và duy nhất trong số đó.

Trước khi loạng choạng bước ra khỏi đoàn hộ tống, tôi hỏi một lượt xung quanh:

"Ngày mai các bạn có muốn đi đến Núi Dandenong không?"

"Có chứ!" Các anh ấy đáp ngay. "Chúng tôi hiếm khi được đi đây đi đó lắm."

Tôi không muốn lấy chiếc xe hơi Holden đã qua sử dụng của mình để đi dạo với thành viên của The Supremes, nên tôi đã thuê một chiếc Jaguar cực kỳ tốt mã. Rời khỏi những vội vã bon chen của đời sống thành thị, hai chúng tôi sớm được ngồi với nhau trên đỉnh núi. Thưởng thức ly trà Devonshire mua ở một quán cà phê cổ dọc đường, nhấm nháp miếng bánh nướng có phết mứt dâu và phủ kem tươi.

Những cô gái khác đã có thể nhắn nhủ với tôi rằng:

“Người yêu anh xinh thật đấy!”

Và tôi cũng đã có thể nói lời cảm ơn trong sung sướng với lời khen tặng đó (dù có lẽ nó không dành cho tôi). Nhưng tại thời điểm ấy, điều tôi cần là hưởng trọn vẹn khoảnh khắc bên cô ấy. Thế nên trên đường về, tôi đã không bật radio trên xe hơi lên mà chỉ đề nghị rằng liệu cô ấy có thể hát cho tôi nghe hay không?

“Anh thích nghe tôi hát thật ư?” Cô ấy hỏi lại.

“Tất nhiên rồi!”

Và tiếng hát của cô đã vang lên suốt quãng đường chiếc Jag vật lộn trên sườn núi cheo leo để trở về thành phố. Ca từ bài hát ấy của Def Leppard cứ thế chảy tràn khắp không gian xung quanh tôi: “Nàng thật là xinh đẹp. Một thiên thần từ trên trời xuống. Là ánh sáng hạnh phúc trong đôi mắt tôi...”



Chương 8

ANH HÙNG VÀ LƯU MANH

Tôi đã đi qua nhiều mảnh đất khác nhau, phiêu du như một vì sao. Những bài học cuộc sống dạy cho tôi còn có giá trị hơn những gì tôi học được trên ghế nhà trường, và số người tôi gặp trên suốt chặng hành trình ấy thì không đếm xuể được.

Tôi đã uống một hoặc hai ly rượu mạnh với người kéo xe ở Colombo, uống whiskey Mekong với những anh chàng giả gái ở Bangkok, uống Bafana Lagers[1] cùng dân châu Phi bản địa ở quán bar lụp xụp nằm trong thành phố Soweto, và uống XO Cognac với những cô phục vụ phòng tại một quán karaoke ở Đài Bắc.

Tôi từng thưởng thức trà Orange Pekoe[2] với những ngôi sao Bollywood ở Mumbai, cùng chia nhau ngụm bia Victoria Bitter với những tượng đài trong làng thể thao tại Câu lạc bộ cricket của Melbourne. Tôi cũng đã nhảy như Zobra the Greek[3] và vứt đĩa lung

tung, trong khi nuốt nhanh rượu hồi Hy Lạp với những vũ công múa bụng ở Athens. Và tôi cũng đã nhấm nháp từng chút một champagne với các quý ông và quý bà ở Savoy, London.

Trong suốt thời gian ấy, tôi đã được thấy rất nhiều nền văn hoá, sắc tộc, tôn giáo, màu da và ngôn ngữ. Một vài người tôi gặp gỡ thì quả thật là xứng danh anh hùng, còn một số khác chẳng khác gì nhân vật phản diện trong phim! Những anh hùng xuất chúng thì để lại dấu ấn không phai trong ký ức tôi. Còn những nhân vật phản diện thì tôi bận tâm chuyện khác: Phải thật cẩn thận để không bị ăn quả lừa. Lúc nào cũng vậy, đã giàu mà còn đóng vai ác thì thật sự đáng ghê tởm. Và phần lớn trong số đó là do chứng hoang tưởng, tự cao tự đại mà ra.

Dự tính của tôi là viết về một vài anh hùng xuất chúng và điểm xuyết vào những kẻ phản diện gian manh. Nhưng những kẻ phản diện thì không cần được ai biết đến, vì tôi muốn giữ gìn sự trong sáng cho cộng đồng xung quanh. Hãy để những kẻ đó chôn chân trong những nấm mồ. Và để những bông hoa nở tưng bừng, dâng hiến sự xinh đẹp của chúng cho những người anh hùng của chúng ta!

Edmund Hilary

Ngài Edmund Hilary được vinh danh là người đầu tiên chinh phục đỉnh Everest. Không chỉ có vậy, ông ấy còn là một trong những người đàn ông khiêm tốn nhất mà tôi được gặp trong cuộc đời.

Sau khi chinh phục Everest, Edmund quyết định trở thành một nhà hoạt động vì môi trường. Ông đi vòng quanh thế giới, kiên trì vận động các chính phủ, nhà lãnh đạo và người dân giữ gìn nguồn tài nguyên thiên nhiên của Trái Đất. Nếu như tất cả các nhà lãnh đạo trên thế giới và những tập đoàn đa quốc gia lưu tâm đến những lời cảnh báo của Edmund thì có lẽ những rừng cây đã không bị đốt và đốn xuống một cách thô bạo, các con sông sẽ không bị nhiễm bẩn và khí độc sẽ chẳng tài nào bay đến được bầu trời xanh trên cao. Hẳn nhiên, thế giới sẽ tươi đẹp hơn bây giờ rất nhiều.

Ngài Edmund tới Singapore theo lời mời của khách sạn Shangri-La để thực hiện một đoạn quảng cáo phát trên ti vi với nội dung về bảo vệ môi trường. Sau bữa trưa, sau khi nghe ông ấy thuyết giảng về những cách để khiến hành tinh chúng ta tươi đẹp lên, tôi chủ động tìm đến ông ấy ở quán bar của khách sạn. Chúng tôi uống cùng nhau một ly gin-tonic, thế rồi câu chuyện cứ tuôn trào như thác đổ.

Ông ấy bảo với tôi rằng:

"Tôi không chinh phục đỉnh Everest thêm lần nào nữa."

"Tại sao lại như thế, thưa ngài?" Tôi thắc mắc.

"Lần đầu tiên làm việc đó, tôi chẳng có cảm giác sợ hãi gì cả. Lúc đó tôi không lường trước được những nguy hiểm và chướng ngại có thể gặp phải trên đường, và cũng không bao giờ nghĩ là sẽ phải vượt qua chúng. Nhưng bây giờ nhìn lại, tôi thấy tất cả những điều đó thật sự rất khó để vượt qua. Trong cuộc sống, một khi đã biết trước những khó khăn và thử thách trước mắt, chúng ta sẽ chẳng dám làm gì cả."

Một lời khuyên tuyệt vời! Đó cũng là lý do tôi không tìm hiểu việc gì quá sâu nếu đó là lần đầu tiên tôi dấn thân làm việc đó.

Không biết có phải vì đã uống quá nhiều rượu hay bị choáng ngợp trước nhân vật xuất chúng này, tôi đã buột miệng hỏi một câu mà tôi đã muốn hỏi ông ấy từ lâu:

"Nếu không phải là người đầu tiên chinh phục đỉnh Everest, ngài nghĩ ngài sẽ muốn làm gì nhất?

"Chơi một trận với All-Blacks[(4)] của New Zealand. Chỉ MỘT TRẬN thôi."

Gavin Young

Những ngày tốt lành xưa cũ ấy, Gavin Young đã uống rất nhiều gin ở Writer's Bar, một quán bar nằm trong quần thể khách sạn

Raffles, Singapore. Không chỉ thu hút mỗi Gavin Young, quán bar này còn được lòng rất nhiều tác giả khác như: W.Somerset Maugham, Joseph Conrad, James Michener, Paul Theroux, và Anthony Burgess. Ngoài ra, các nam và nữ diễn viên nổi tiếng như Ava Gardner, Hayley và John Mills cũng là nhân vật quen thuộc ở quán bar này.

Mặc một bộ vest màu trắng và thắt cà vạt thật chuẩn, lịch trình hàng ngày ở nơi đây là sau khi ăn tối xong, mọi người sẽ di chuyển qua phòng khiêu vũ lớn để nhảy nhót điên cuồng suốt đêm trong tiếng nhạc sống. Còn vào bữa trưa, khách khứa sẽ tiến vào phòng ăn để thưởng thức món cà ri ngon lành.

Tại Writer’s Bar, rất nhiều tiểu thuyết gia vĩ đại đã ra đời.

Singapore lúc ấy là một dòng chảy ngầm còn âm ỉ, tiếp nhận làn sóng di cư ồ ạt như bão lũ tràn qua từ Trung Hoa. Trong số dân di cư đó, có nhiều người đã nắm lấy những vận may nho nhỏ để trở thành doanh nhân thành đạt. Ngày nay, dòng di cư đã chuyển dịch theo hướng ngược lại, những người gốc Hoa ở Singapore trở về Trung Quốc với mong ước được nhân rộng lên cơ hội của mình. Một vài người trong số ấy còn mong mỏi kiếm được một cô vợ mới ở vùng đất mà trước đó họ đã rời bỏ.

Gavin đã viết hai cuốn sách bán chạy nhất về thực trạng này là: *Slow Boats to China và Slow Boats Home*. Tôi đã lần theo dấu vết của ông ấy ở London, khi ông đang ký tặng cuốn sách mới nhất, *In Search o fConrad*, cho độc giả.

Raffles sắp kinh doanh trở lại sau khi đóng cửa gần hai năm cho một cuộc tân trang lớn. Để thông báo cho cả thế giới biết về Raffles “mới tinh”, dĩ nhiên không thể chỉ tổ chức một buổi họp báo tầm thường. Ý tưởng được đưa ra lúc đó là một buổi tiệc đặc biệt với khách mời là những tác giả nổi tiếng thế giới, những người đã sống và trải nghiệm The Raffles khi khách sạn này ở thời kỳ huy hoàng.

James Michener rất muốn tham dự nhưng tuổi ông đã cao, lại bệnh tật đầy mình nên đành chịu. Paul Theroux, người đã viết cuốn *Saint Jack*, thì một giây phút bốc đồng trong quá khứ đã buột miệng nhận xét rằng: "Singapore chẳng có điều gì hay ho cả", dĩ nhiên ông ta không được đón chào ở nơi đây. Alistair Cook, tác gia nổi tiếng với chương trình radio hàng tuần trên BBC có tên "A letter from America", thì khăng khăng bảo: "Suốt hơn 50 năm qua tôi chưa từng viết hay quảng bá thứ gì mang tính thương mại cả, và tôi không muốn làm điều đó bây giờ."

Vậy nên sự góp mặt của Gavin Young đã là điều quá tuyệt vời! Ông ấy thậm chí còn đồng ý viết cho Raffles một câu chuyện riêng mặc dù không nhận được bất cứ khoản tiền nào cả. Ông ấy chỉ được cung cấp vé máy bay, được ở lại khách sạn miễn phí và một vài thức uống ở quán bar mà thôi.

Câu chuyện mà Gavin Young dành tặng cho khách sạn Raffles thật tuyệt vời và vô giá. Nó được đăng lên rất nhiều tờ báo trên thế giới, trong đó có cả *London Observer*. Thông điệp mà Raffles muốn nhắn gửi đến thế giới là: "Chúng tôi đã quay trở lại: sang trọng và xinh đẹp hơn trước kia nhưng vẫn giữ những nét yêu kiều và quyến rũ của ngày hôm qua." Câu chuyện của Gavin đã thay lời Raffles muốn nói, và ông đã khiến truyền thông thế giới cuốn theo những ngôn từ hấp dẫn của mình.

Sau vài lượt bia ở những quán bar lâu đời nhất, tôi lắng nghe Gavin kể về những lý do và cách thức mà ông ấy tạo ra được những câu chuyện ăn khách. Ông bảo với tôi rằng: "Rất nhiều câu chuyện trong sách của tôi được viết ở các địa điểm như Tangier, Marrakech và Kuching."

Những cây viết tuyệt vời thì thường tìm đến những địa điểm đẹp kỳ lạ để dẹp đi lối văn sáo mòn và cũ rích. Riêng trong chuyện này, tôi đồng quan điểm với Gavin Young.

Jeff Thomson

Jeff Thomson có cú đánh nhanh nhất lịch sử cricket thế giới. Đối với giới hâm mộ cricket từ Ấn Độ cho đến phương Tây, Jeff đích thực là một vị anh hùng trong lòng họ.

"Thommo", biệt danh của ông ấy, có cú đánh cricket với vận tốc lên đến 180km/giờ. Xét về mặt bằng chung các môn thể thao, điều này không thua kém gì so với các thành tích như chạy 100 mét dưới 10 giây của Usain Bolt[(5)] hoặc Yelena Isinbayeva[(6)] đẩy được thuyền đi hơn năm mét bằng sào.

Một trận đấu giao hữu nhằm mục đích quyên góp cho Quỹ Phòng chống Ung thư vú đã được tổ chức ở Kuala Lumpur. Trận đấu được đặt tên là "The Ashes" với tuyển thủ đến từ hai đội đều là những người Úc và Anh sinh sống ở Malaysia. Những người này chơi cricket được nhưng chơi hay hơn sau khi đã làm vài vại bia.

Để thu hút sự chú ý của cộng đồng và quyên góp được nhiều tiền hơn cho quỹ, chúng tôi cần một ai đó xứng danh là tượng đài của môn thể thao này tham gia vào trận đấu. Tunku Pete Imran, một tín đồ cricket, đã đồng ý nhận trọng trách khó khăn này.

Chúng tôi lần theo Thommo tại nhà của ông ở Brisbane ngay sau khi ông ấy kết thúc buổi câu cá của mình. Gọi là lần theo nhưng chúng tôi chỉ nói chuyện xã giao với ông ấy qua điện thoại mà thôi. Cả hai bên chưa một lần gặp mặt.

"Ông Thomson, chúng tôi có một trận cricket nhằm gây quỹ từ thiện ở KL và hi vọng ông có thể đảm nhận vị trí cầu thủ VIP ở trận đấu này.

Nhanh hơn cả vận tốc đánh bóng của mình, ông ta đáp ngay:

"Nếu vì mục đích từ thiện thì không có vấn đề gì. Nhưng vé khứ hồi và phòng khách sạn thì các anh phải thu xếp đấy nhé!"

Ông ấy đã không đòi hỏi thêm khoản phí nào cả. Chúng tôi thật may mắn biết bao!

Đón Thommo ở sân bay, chưa gì chúng tôi đã nghe ông ấy kêu ca về việc trên máy bay chẳng có bia gì cả. Vậy là trên đường đến khách sạn, chúng tôi đã phải ghé qua cửa hàng 7-Eleven để mua một tá bia dành riêng cho ông ấy. Thêm một vài chai bia nữa ở khách sạn là Thommo đã có đủ năng lượng để xuất hiện trước truyền thông và người hâm mộ tại buổi từ thiện.

Sau khi đã đạt được thành công rực rỡ ở buổi này, một vài chai bia nữa đã được mang đến một giếng nước nổi tiếng ở địa phương. Đã gần bình minh khi Thommo bắt đầu rơi vào cơn say.

Thứ Bảy đến và Thommo xuất hiện ở Royal Selangor Club tại Mont Kiara, sẵn sàng để đánh cú đánh đầu tiên mở màn trận đấu. Giữa trận đấu, một cơn mưa lớn đổ xuống làm gián đoạn. Tunku Pete tuyên bố trận đấu hòa.

Người hâm mộ vây quanh Thommo với những tấm hình, mong mỏi ông ký tên lên đó cho mình. Và người nào cũng đề nghị được mua tặng ông ấy một ly bia cả. Ông ấy cười vang và nói đồng ý.

Ngài Bob Geldof

Đây quả thực là người đàn ông của thời Phục hưng! Một người hùng trong mắt hàng triệu người dân châu Phi và rất rất nhiều người khác trên thế giới. Một siêu sao trong ngành giải trí với rất nhiều tài năng: vừa là ca sỹ vừa là nhà viết nhạc, đồng thời là tác giả, diễn giả truyền cảm hứng và là một nhà hoạt động chính trị tài ba.

Tôi gặp Geldof khi ông ấy đến KL với tư cách là một diễn giả tại cuộc gặp thượng đỉnh “YES – Youth Engagement Summit”, hội nghị của giới trẻ lần đầu tiên được tổ chức. Ông ấy xuất hiện vào tối Chủ nhật và đến ngay phòng khách sạn của ông ấy ở Shangri-La. Sáng sớm thứ Hai, ông sẽ là người khai mạc hội nghị thượng đỉnh của hơn 600 nhà lãnh đạo trẻ đến từ Nam Á. Sự kiện này cũng sẽ được truyền hình trực tiếp tại các trường đại học của Malaysia và khắp đất nước này.

Tôi hỏi Geldof ông ấy có muốn kiểm tra trước phần âm thanh của địa điểm diễn ra hội nghị không? Câu trả lời của ông ấy thật đáng kinh ngạc:

"Việc đó dành cho bộ phận kỹ thuật. Tôi đến đây là để tham quan."

Vậy là tôi, Gedolf cùng một vệ sĩ đã cùng nhau đến những quán bar và hộp đêm trong thành phố. Thì ra uống rượu cũng là một trong những sở thích của ngài Bob.

Trên đường đến một quán bar cuối cùng đi ngang qua những con phố tăm tối, tôi giật mình khi nghe người vệ sĩ hỏi:

"Bob đâu rồi?"

Và rồi tôi kinh hãi phát hiện ra ông ấy đang ngã lăn quay cạnh một đường ống dẫn nước.

Chúng tôi di chuyển gấp gáp đến bệnh viện General, để rồi được thông báo là Gedolf đã bị chấn thương nặng ở chân và cần phải ở lại bệnh viện trong một hoặc hai ngày sắp tới để theo dõi.

"Không thể nào!" Ông ấy kêu lên và tự đứng dậy bước ra khỏi phòng.

Thứ hai, Geldof xuất hiện ở hội nghị, đi khập khiễng nhưng vẫn sẵn sàng cho bài phát biểu của mình.

Ngày hôm đó, phòng chờ VIP ngập tràn những diễn giả nổi tiếng, một số cái tên có thể kể đến như Biz Stone (người sáng lập Twitter), Garry Kasparov (vô địch cờ vua thế giới), Randi Zuckerberg (chị gái của người sáng lập ra Facebook và cũng là phát ngôn viên của trang mạng xã hội này)... Tất cả mọi người đang chờ đợi ngài chủ tịch hội nghị, phóng viên Lorraine Han của CNN, mời Gedolf lên sân khấu.

Căn phòng đó đang tràn ngập những câu bông đùa thì bất thình lình Geldolf hét lên:

“Im lặng!”

Không gian xung quanh phút chốc như đông cứng lại. Gedolf thì bắt đầu di chuyển quanh căn phòng trong một hoặc hai phút và tập trung suy nghĩ.

Thế rồi ông dừng lại đột ngột, nhìn thẳng vào tất cả mọi người trong căn phòng và tuyên bố:

“Hãy làm điều gì đó sôi động đi!”

Mọi người như tỉnh khỏi cơn mê, reo hò ầm ĩ. Lời nói của Geldolf mê hoặc đến nỗi thậm chí ông ấy cũng chẳng cần chuẩn bị một bài diễn văn ra giấy làm gì.

Lay động cảm xúc, bắt nhịp được suy nghĩ của giới trẻ, và trên hết: với bài phát biểu của mình, Gedolf đã khiến tất cả những người trong hội nghị cảm thấy được truyền động lực mạnh mẽ. Ông ấy rời khỏi sân khấu, để lại những tràng vỗ tay vang dội.

Bài hát nổi tiếng nhất của Gedolf có tên “I Don’t Like Mondays” (Tôi không thích những ngày thứ Hai). Nhưng chính bài diễn văn vào sáng thứ Hai đó đã biến ông trở thành người hùng trong mắt hàng triệu người trẻ năm ấy.

Joe Grimberg

Joe Grimberg là luật sư giỏi nhất và nổi tiếng nhất Singapore. Ông cũng là người điều hành công ty luật 100 năm tuổi Drew & Napier, và là luật sư riêng của thủ tướng Singapore, Lý Quang Diệu.

Joe còn là một người vui vẻ, hăng hái và là một cục nam châm đối với phái nữ. Nói không ngoa, ông ta chẳng khác gì điệp viên 007 ngoài đời thực cả! Khi Joe xuất hiện ở toà án để giải quyết một vụ việc nào đó, khán phòng hôm đó sẽ chứa đầy người. Không chỉ có bạn bè và người thân của bị cáo đến dự mà còn là những luật sư và sinh viên luật muốn học hỏi cách lập luận từ người đàn ông vĩ đại này. Hiển nhiên, đa phần những người có mặt là phụ nữ.

Ông ấy yêu thể thao, đặc biệt là bộ môn cricket. Cách chơi của ông ấy là tổng hoà giữa đam mê và sự tao nhã. Tuy vậy, khi đã bước qua độ tuổi thanh niên, những cú đánh của ông trở nên yếu hơn và ông không còn di chuyển được nhanh như xưa nữa. Joe hỏi ý kiến tôi về việc mua một căn hộ ở khu St John's Wood sang trọng của London. Ở nơi ấy, ông có thể nhìn thấy Lords, ngôi nhà thiêng liêng của bộ môn cricket.

Khởi nguồn của mối quan hệ giữa tôi và Joe là khi tôi đang chơi cho câu lạc bộ cricket của Singapore. Ông ấy thường xuất hiện vào chiều Chủ nhật để xem một trận đấu ở Padang và đi dọc đường biên một cách thích thú. Đó là sự bù đắp cho việc ông ấy biết mình không thể bỏ tất lại để đến xem một trận đấu thử ở London được.

Tôi liều mình hỏi Joe nếu ông ấy hứng thú với việc trở thành giám đốc cho công ty PR của mình. Tôi biết rằng chỉ cần Joe Grimberg gia nhập vào MDK, giá chứng khoán của công ty chúng tôi sẽ phóng vụt lên trên... trời! Thế nhưng khi nghe ông ấy xác nhận: "Tôi rất vinh hạnh được đảm nhận chức danh đó", tôi vẫn cảm thấy hết sức kinh ngạc xen lẫn thích thú. Thì ra đôi khi mọi chuyện cũng chỉ đơn giản có vậy thôi.

Chúng tôi dùng chung bữa tối tại Trader Vic's, một khách hàng của MDK, để ghi nhớ sự kiện trọng đại này. Trader Vic's ở Singapore là một nhánh của Trader Vic's nổi tiếng ở San Francisco. Đích thân nữ hoàng Elizabeth cũng chọn dùng bữa ở nhà hàng này trong chuyến công du của mình tới Mỹ. Món nổi tiếng nhất của nhà hàng này là Mai Tai, một loại đồ uống pha chế từ rượu rum, khiến cho bất kỳ ai thưởng thức cũng đều cảm thấy sự êm dịu chảy tràn trong cổ họng.

Joe cần mẫn tham dự mọi buổi họp của ban lãnh đạo MDK. Những lời khuyên của ông ấy rất có giá trị và đã giúp chúng tôi kiếm về được nhiều khách hàng, mà điển hình là ngành du lịch của Sarawak. Ông ấy cũng dành thời gian để giới thiệu tôi với Thủ tướng Sarawak là Taib Mahmud, và cả Bộ trưởng Bộ Tư pháp J.C.Fong. Những mối quan hệ đó đã giúp ích rất nhiều cho chúng tôi.

Hàng năm, MDK đều gửi cho Joe một tấm séc nhỏ nhằm cảm ơn dịch vụ của ông nhưng ông luôn gửi trả lại. Có lẽ thế giới rất hiếm những người hùng như Joe.

Jennie Chua

Jennie Chua là một anh hùng đặc biệt. Sẽ không có một ai trên thế giới này làm được những điều mà cô ấy đã từng làm.

Jennie sinh ra ở một hòn đảo hẻo lánh thuộc Batam, cách Singapore một giờ lênh đênh trên biển. Batam là phần mở rộng của quần đảo Indonesia, được đầu tư phát triển bởi thành phố. Một nửa hòn đảo này là sự kết đôi không tương xứng giữa những quán bar tồi tàn và các cô gái tươi trẻ. Nửa còn lại thì chứa đầy khách sạn năm sao và những sân golf rộng lớn, đủ để thu hút người dân Singapore tới đây nghỉ dưỡng vào dịp cuối tuần.

Khách sạn Raffles đã đóng cửa trong vòng hai năm trời để chuẩn bị cho cuộc cách mạng xây dựng lại hình ảnh mới vào thập niên 80. Một cuộc tìm kiếm có quy mô đã được tổ chức để tìm ra ai là người xứng đáng trở thành quản lý cho khách sạn khi nó được mở trở lại. Tất cả mọi người đều đoán chắc rằng quản lý sẽ là một người Anh có kinh nghiệm, người có thể nói được chất giọng hoàng gia lưu loát và đã ghi dấu trong hồ sơ của mình kinh nghiệm quản lý những khách sạn danh tiếng ở Anh như Savoy ở Piccadilly chẳng hạn.

Thay vào đó, kết quả đưa ra lại khiến toàn thể người dân Singapore ngỡ ngàng: Jennie, một người gốc Hoa được chọn để đảm nhận trọng trách quản lý viên ngọc của Singapore ư? “Ôi chao ôi!” Người ta bắt đầu rên rỉ bên chai whiskey soda của mình. Còn Jennie thì không quan tâm, không sợ hãi và cũng chẳng do dự chút nào. Đó là kỳ World Cup của riêng cô, và nhất định cô sẽ phải trở thành ngôi sao sáng thật sáng trên sân khấu ngành kinh doanh khách sạn này.

MDK lúc ấy đang nắm giữ PR account của Raffles toàn cầu trong tay. Đó là lý do mà tôi và Jennie có một cuộc hẹn ăn trưa tại Bar & Billiard Room danh tiếng. Bàn dành riêng cho cô ấy đã được đặt,

Jennie bước vào trong căn phòng lấp lánh ánh đèn trang nhã như một ngôi sao điện ảnh. Cô ấy đích thực đã xem Singapore như nhà của mình. Tôi lau bóng ba hoặc bốn chai champagne, trong khi Jennie kể vài câu chuyện về cuộc đời và tình yêu của cô ấy, rồi còn cả cách mà cô đã đá bay gã quản lý F&B kiêu ngạo cũng như những đầu bếp danh tiếng khác. Tính nết cô ấy cuốn hút, lanh lợi, trái với vẻ ngoài nhìn hơi khô khan. Và cuối cùng, cô ấy có thể khiến những người đàn ông trưởng thành phải bật khóc vì mình.

Nhờ có Jennie, khách sạn Raffles đã thành công một lần nữa. Jennie cũng chiến thắng giải "Chủ khách sạn thành công nhất thế giới" vào năm đó, đánh dấu sự kiện một người phụ nữ giành được giải thưởng này lần đầu tiên trong lịch sử. Tôi được đích thân Jennie mời đến New York để gia nhập vào đoàn hộ tống cô trong đêm chúc mừng giải thưởng được tổ chức ở khách sạn Pierr. Khoảnh khắc ấy quả thật quá đỗi ngọt ngào!

MDK đã quản lý tốt PR account của Raffles trong vòng một thập kỷ, trong khi trung bình một account chỉ kéo dài được ba năm là cùng. Cũng phải cảm ơn người quản lý khách sạn đã dám phá vỡ mọi quy chuẩn thông thường.

Chính vì những lẽ đó, chắc chắn không ai có thể giống Jennie được.

Don Ho

"Tiny Bubbles" phải là quốc ca không chính thức của Hawaii! Nó được phát đi phát lại cả ngàn lần trên sóng radio và các cô gái Hawaii tuyệt đẹp nhảy múa không ngừng trên nền nhạc đáng yêu ấy. Doanh số bán đĩa thì chạm mốc cả triệu bản, biến Don Ho trở thành một nhà triệu triệu phú và là một huyền thoại ở nơi đây.

Don sinh ra và lớn lên bên những bãi cát trắng trải dài và hàng cọ đung đưa ở Honolulu, nơi được mệnh danh là thiên đường. Tương truyền rằng thượng đế luôn lựa chọn một danh sách những người

sinh ra là để nổi bật, và Don may mắn là một trong những cái tên nằm trong danh sách ấy.

Album đầu tiên của Ho có tên Don Ho Show ra mắt vào năm 1965 và ngay lập tức được phát vang ở các địa điểm nổi tiếng trên thế giới như Las Vegas, Lake Tahoe và New York. Một năm sau đó, Ho cho ra đời "Tiny Bubbles", và tiếp tục tái bản để giữ nguyên vị trí của album ăn khách này trong top 20 suốt gần một năm nữa.

Tại kỳ nghỉ lễ ở Honolulu, tôi quyết định mua vé đến xem buổi trình diễn của Don Ho. Sự nổi tiếng của Don đã khiến buổi trình diễn này luôn được tổ chức, nhưng lúc nào cũng phải đặt trước mới có chỗ ngồi. Ai đến Hawaii cũng mong muốn một lần được nhìn mặt ông, và nghe ông hát "Tiny Bubbles" mở đầu chương trình. Để rồi tất cả mọi người sẽ cùng nhấm nháp cocktail Margaritas và hát theo khúc ca ấy.

Lặp lại đến lần thứ 30, Don bất thình linh tắt nhạc và làm bộ nhăn nhó:

"Tôi ghét ca khúc này ghê! Mỗi lần nghe nó là lại thèm uống thứ gì đó.

Mới nói có thế, đám đông đã ào ào lên: "Hát tiếp đi Don!" Và anh ấy lại quay lại với bài hát đã làm nên tên tuổi của mình.

Đêm hôm đó, chúng tôi còn có may mắn được chứng kiến sự xuất hiện của con gái Don ở trên sân khấu, cô ấy vừa có một vai diễn trong bộ phim Legally Blonde (với sự góp mặt của siêu sao Hollywood Reese Witherspoon). Kết thúc buổi trình diễn, Don và con gái cùng song ca phiên bản nồng nhiệt hơn của "Tiny Bubbles", khẳng định một lần nữa vị trí độc tôn trong giới trình diễn của mình. Sau tất cả, Don sẽ chụp hình với những du khách để làm quà lưu niệm cho họ, ký vào các bức hình, và trao những cái bắt tay nồng nhiệt. Lặp đi lặp lại những điều như vậy trong suốt hàng thập kỷ nhưng Don chưa bao giờ thấy thôi yêu thích công việc của mình.

Trong lúc chờ đợi để được chụp hình với Don, tôi nghe ngóng được rằng Don sẽ tổ chức một buổi tiệc sau buổi trình diễn, dành tặng riêng cho con gái ông ấy, tại biệt thự rộng rãi ở bãi biển Diamond Head. Mặc dù chỉ là một du khách bình thường, tôi vẫn đánh liều hỏi thử liệu tôi có được tham gia vào buổi tiệc đó hay không. Don gật đầu tắp lự, thật xứng danh một anh hùng hào sảng!

Buổi tiệc diễn ra suốt cả đêm. Rượu bia chảy tràn, những người phụ nữ khoác lên mình vẻ ngoài lộng lẫy, và âm nhạc thì bập bùng vang vang. Còn một điều thú vị nữa: riêng bài “Tiny Bubbles” không được bật lên dù chỉ một lần. Thế rồi ánh bình minh chiếu rọi trong sự tiếc nuối của tất cả mọi người. Màu xanh ngắt của biển Thái Bình Dương cứ như đang nuốt chửng tôi, bãi cát trắng ngập tràn ánh nắng như muốn thiêu rụi đôi mắt, còn đầu óc thì cứ quay cuồng như thể đang nghe thấy hàng ngàn tiếng trống dội vào tai. Tất cả những điều đó chỉ nói lên được một điều: Tôi vừa trở về từ một buổi tiệc được tổ chức bởi người hùng của quốc đảo Hawaii.

Danai Chanchaochai

Là một người tôn sùng đạo Phật, Danai Chanchaochai luôn cố gắng trở thành một người đàn ông tốt trong thế giới chứa đầy những kẻ tham lam và không tử tế này. Là CEO, một tay Danai chèo chống để phát triển MDK Thái Lan từ một công ty PR nhỏ bé trở thành một trong những công ty PR lớn nhất và được tôn trọng nhất xứ sở này.

Nhắc đến công cuộc tìm kiếm Danai và tin tưởng giao trọng trách lớn cho cậu ấy gây dựng nên MDK Thái Lan là một câu chuyện thực sự dài. Thời điểm đó, tôi đang tìm kiếm một người điều hành hàng đầu ở Thái, và một người bạn đã mách nước cho tôi rằng Danai là một trong những người tốt nhất trong ngành này. Công việc ở American Express của cậu ấy khiến mọi người nhìn nhận Danai như một ngôi sao mới nổi trong thị trường.

Lần đầu tiên chúng tôi gặp gỡ là ở phòng khách quán bar ở Hyatt. Danai lúc đó hỏi thẳng vào vấn đề ngay từ câu thứ nhất:

“Ông muốn trao đổi với tôi về vấn đề gì?”

Có lẽ là Danai đã nghĩ tôi muốn bàn về American Express. Tiếc thay (hay may mắn thay), ý định của tôi không phải là như vậy.

Uống bia Kloster rồi tôi chia sẻ với Danai về chuyện muốn cậu ấy gia nhập vào đội ngũ gây dựng nên công ty PR ở Thái Lan. Vài tiếng đồng hồ nữa trôi qua và tôi đã ngà ngà say vì hơi men trong Kloster. Còn Danai thì cương quyết chỉ uống nước cam mà thôi.

Tôi vừa thao thao bất tuyệt xong về những chuyến hành trình trong tương lai mà tôi và cậu ấy có thể bước cùng nhau thì Danai lịch sự xin phép:

“Hãy để tôi suy nghĩ về sự hợp tác này kỹ hơn. Tôi có thể đi được chưa ạ?”

“Tôi sẽ không để cậu đi đâu hết” Tôi nhìn thẳng vào mắt Danai. “Chừng nào cậu chưa nói đồng ý với tôi.”

Một nụ cười sửng sốt hiện lên trên khuôn mặt Danai.

“Được rồi, tôi đồng ý với lời đề nghị của ông!”

Lần này, người sửng sốt lại là tôi. Danai không hỏi tiếp về lương thưởng hay những kỳ nghỉ phép. Cậu ấy chỉ đơn giản nói đồng ý mà thôi.

Có một sự kết nối kỳ lạ giữa tôi và Danai. Chúng tôi nhanh chóng trở thành anh em và trải qua nhiều năm tháng, mối quan hệ giữa tôi và cậu ấy lại ngày càng khăng khít hơn.

Công ty của chúng tôi kiếm được một nguồn thu nhập khủng và thu hút được nhiều khách hàng có uy tín trên thị trường. Danai lại lần nữa trở thành một ngôi sao mới nổi trong ngành PR. Cậu ấy viết bài theo đơn đặt hàng của *Bangkok Post*, có chương trình phát thanh riêng, được hội kiến Dalai Lama, được đích thân thủ tướng Thái Lan mời tư vấn chiến lược và thậm chí còn xuất bản sách. Đó là

tôi còn chưa nhắc đến đỉnh cao của cậu ấy: Được giao phó thực hiện hẳn một chiến dịch PR cho quốc vương Thái Lan, thật đáng tự hào biết bao!

Danai thường được mời đến khu nghỉ mát của quốc vương Thái Lan nằm bên bờ biển Hua Hin, một đặc ân rất hạn chế chỉ dành cho một số người nhất định. Sau khi đã thưởng thức xong món cà ri gà ngon lành của và uống bia lạnh Klotsers, cậu đã để lộ một số điều ít người biết về cung điện hoàng gia. Đó là vào buổi tối, khi nhận được thực đơn thì đó là thực đơn cho bữa sáng. Còn thực đơn nhận vào buổi sáng thì thật ra là của buổi tối. Đó là bài tập luyện của quốc vương để ngủ suốt ban ngày, thức trọn ban đêm, làm việc và tập luyện bên cây saxophone yêu quý của ông ấy. Khác hẳn với những người bình dân như chúng ta, quốc vương đảo lộn tất cả mọi trật tự theo cách mà chỉ những ông vua mới làm được.

Ngồi ở một trong hàng ngàn quán bar ở Bangkok, nhấm nháp ngụm bia lạnh trên đầu môi, tôi chợt thắc mắc rằng nếu mình cũng làm như quốc vương thì mọi người sẽ nghĩ gì nhỉ?

Bangkok là thành phố có nhiều biển quảng cáo nhất thế giới. Từ sân bay cho đến thành phố, những con đường chật kín các biển quảng cáo nối tiếp nhau nói về cả tá thứ trên hành tinh này. Cái nào cái nấy to vật vã, tấn công trực tiếp vào thị giác của người xem.

Ngày nọ, tôi dùng chung bữa tối với Danai và CEO của Mitsubishi Electric – anh Tamanake, một anh chàng hấp dẫn nói tiếng Anh theo kiểu Nhật cực kỳ tốt. Anh ta còn là một người đàn ông hào phóng, luôn giành phần trả tiền trong bữa ăn.

Đêm hôm đó, Danai thuyết phục tôi thử thương lượng với Tamanake để tăng phí dịch vụ chúng tôi đang làm với bên công ty anh ta được không. Một vài ly sake đã được uống hết, dường như đây là khoảng thời gian tốt để gợi lên vấn đề.

“Anh Tamanake, anh nói là anh rất hài lòng với những gì mà chúng tôi đã đem lại cho công ty anh. Vậy thì anh có thể nào vui lòng

trả cho chúng tôi nhiều thêm một chút được không?”

“Rất tiếc phải nói là không.” Anh ta nói nhanh như cắt. “Việc kinh doanh của chúng tôi dạo này không khá lắm.”

“Vậy thì tôi đi vào thẳng vấn đề nhé: anh có hơn 10 cái bảng hiệu và cái nào nối tiếp cái nấy treo đầy trên đường đến sân bay chỉ để khách hàng nhớ đến Mitsubishi, có phải không?”

“Đúng vậy. Anh thích nó à?”

“Rất thích. Nhưng thay vì tăng phí, tôi chỉ muốn đưa MDK lên một trong những biển quảng cáo đó. Để rồi mỗi lần bạn gái tôi đến Bangkok chơi, tôi có thể chỉ vào cái biển đó để khiến cô ấy tự hào và thêm yêu tôi hơn.”

Tamanake có vẻ ngỡ ngàng trước ý tưởng đó.

“Bất khả thi! Anh có biết là mấy cái biển đó nó đắt thế nào không? Thà tôi tăng phí dịch vụ trả cho các anh còn hơn.”

Một chai sake mới được mang đến, tiếng chạm ly tanh tách vang lên. Tamanake quay sang Danai và thừa nhận:

“Sếp của anh thương lượng khéo quá!”

Còn tôi lúc đó chỉ muốn chỉ vào Danai và bảo rằng: nhưng đây mới là người hùng thật sự, anh Tamanake ạ!”

Fandi Ahmad Và Abbas Saad

Fandi Ahmad và Abbas Saad có lối chơi bóng đá đẹp, và họ chơi bằng tất cả trái tim mình. Những sân vận động nào có sự xuất hiện lối chơi ma thuật của họ là lại thu hút đám đông hơn 70.000 người hâm mộ, giúp bán ra một lượng báo khổng lồ và khiến các cổ động viên thêm phần hạnh phúc khi phải thức dậy đi làm vào mỗi buổi sáng sớm.

Nếu có thêm chút ít may mắn, rất có thể Fandi và Abbas đã trở thành siêu sao ở giải bóng đá ngoại hạng Anh và hưởng danh tiếng mà bất cứ cầu thủ nào cũng hằng mơ ước. Hiện tại, cả hai đều chơi cho đội bóng quốc gia Singapore. Bên cạnh đó, Fandi cũng chơi cho câu lạc bộ Ajax Amsterdam, còn Abbas thì thi đấu cho Úc.

Khoảnh khắc đỉnh cao trong sự nghiệp của cả hai là khi họ chơi bóng bên nhau cho Singapore, đánh bại Pahang và giành được Malaysia Cup lần đầu tiên trong suốt 14 năm. Abbas ghi được ba bàn liên tiếp một cách thần thánh. Fandi thì ghi một bàn khác nữa. Tôi đã ở đó để theo dõi diễn tiến của trận đấu, và rồi đột nhiên tôi được chọn để trở thành quản lý của họ.

Hai cầu thủ ngôi sao này được đề bạt để trở thành đại sứ cho khu vực phía bắc của Úc. Một trang quảng cáo trên báo The New Paper của Singapore đã cho mọi người thấy hình ảnh Fandi và Abbas đứng cạnh Ayers Rock[(7)] với dòng tiêu đề lớn: “Bạn chưa leo đến đỉnh nghĩa là bạn chưa đến được Úc”.

Các công ty du lịch đã không lường trước được đường dây điện thoại sẽ bị “khủng bố” như thế nào khi trang quảng cáo đó được tung ra. Chỉ trong vòng hai tiếng đồng hồ đã có nhiều lượt hỏi thăm về những chuyến đi đến khu vực phía Bắc của Úc hơn cả con số được tính trong một năm trước đó.

Với thành tích này, Fandi và Abbas không những được xem là người hùng thể thao ở Singapore, mà họ còn được xem là người hùng của cả nước Úc.



Chương 9

THIẾU NỮ SINGAPORE BAY VÀO BẢO TÀNG MADAME TUSSAUDS

Cô gái nào cũng mong đợi một buổi tiệc thật hoành tráng vào sinh nhật tuổi 21 của mình. Thiếu nữ Singapore cũng không phải ngoại lệ, "cô ấy" xứng đáng được hưởng một bữa tiệc sinh nhật thật đặc biệt. Nghĩa là ít nhất cũng phải được như sinh nhật của tổng thống Mỹ John F. Kennedy - được Marilyn Monroe hát chúc mừng sinh nhật.

Ngày sinh nhật sắp đến và cả ngành hàng không Singapore dường như đang sôi sục với mong muốn để lại một dấu ấn đậm nét với toàn thể thế giới ngoài kia. Một bản báo cáo ngắn gọn được gửi đến MDK, khiến chúng tôi phải ngồi lại với nhau ngay lập tức để suy nghĩ về vấn đề này.

Nếu theo lối suy nghĩ cũ mòn thì tiệc sinh nhật trọng đại của một biểu tượng mang tính quốc gia như Thiếu nữ Singapore có thể bao gồm các phần sau:

Đầu tiên, một buổi họp sẽ được tổ chức với đông đảo cánh truyền thông và báo chí đến từ khắp nơi trên thế giới.

Tiếp theo, vị chủ tịch nào đó sẽ trịnh trọng phát biểu: “Chúng tôi đã có 21 năm thành công và hi vọng sắp tới sẽ có thêm 21 năm đại thành công. Xin hết.”

Cuối cùng, các vị khách mời cùng tham dự một buổi gala kèm tiệc tối trong tiếng nhạc trầm bổng và du dương.

Nếu đơn giản như vậy thì kết quả cũng dễ đoán không kém: một vài mẩu tin nhỏ trên báo buổi sáng kèm theo một bức ảnh về Thiếu nữ Singapore.

Đúng là mới nghe qua đã chẳng muốn làm!

Thế còn một chuyến du hí vòng quanh thế giới của Thiếu nữ Singapore thì sao? Đặt lịch phỏng vấn trên những chương trình đối thoại nổi tiếng như *Larry King Live* ở Mỹ, hay với *Michael Parkinson*[(1)] ở Anh chẳng hạn? Nhưng như thế đồng nghĩa với việc gián tiếp phá hủy hình ảnh lung linh của Thiếu nữ Singapore. Bởi vì Thiếu nữ Singapore không bao giờ nói chuyện, “cô ấy” chỉ ngắm nhìn thế giới thông qua một lăng kính đầy màu sắc của riêng mình. Lại một ý tưởng nữa đáng để bỏ đi!

Tôi gần như tắc tị, trong khi thời gian để suy nghĩ ý tưởng thì ngày càng cạn kiệt. Nhìn ra ngoài cửa kính, cả thành phố đã lên đèn. Chúng tôi đành lên sân thượng của MDK làm vài ly, hy vọng sẽ nghĩ ra được điều gì đó điên rồ.

Thế rồi đột nhiên ý tưởng ập đến! Giống như hàng ngàn chiếc bóng đèn bật sáng trưng trong đầu, tôi nói to đầy phấn khích:

“Sao chúng ta không thử đưa Thiếu nữ Singapore vào bảo tàng Madame Tussauds ở London nhỉ?”

Dành cho những ai chưa biết đến địa điểm nổi tiếng này: Madame Tussauds là nơi thu hút nhiều lượt khách du lịch nhất nước

Anh! Cá nhân tôi vào thời điểm đó chưa đến Tussauds lần nào và chỉ đọc qua một vài mẩu chuyện hay ho về bảo tàng tượng sáp 200 năm tuổi này. Nhưng dù sao thì ý tưởng đó vẫn thật tuyệt vời!

Chưa dừng lại ở đó, chúng tôi phải thuyết trình ý tưởng cho ban quản trị Singapore Airlines trong một buổi họp tại toà nhà của SIA ở Changi, do chủ tịch Joe Pillay chủ trì. Khi nghe xong bài thuyết trình của chúng tôi, phản ứng đầu tiên của họ là vô cùng kinh ngạc, không nói nên lời. May mắn thay, sau đó họ ủng hộ nhiệt liệt. Chủ tịch Pillay còn lên tiếng đề xuất:

“Các anh hãy sắp xếp đến London và biến ý tưởng đó thành hiện thực ngay đi nhé!”

Ngành hàng không đã sẵn sàng để đóng góp vài triệu đô cho một quỹ dành riêng để biến ý tưởng Tussauds thành hiện thực, cùng một lời khẳng định chắc nịch:

“Chúng tôi sẽ thưởng nóng cho các bạn một triệu đô nếu chiến dịch này thành công.”

Vẫn còn quá sớm để chúng tôi bật nút champagne ăn mừng, nhưng đã có đủ cơ sở để chuẩn bị sẵn vài chai trong tủ lạnh, phải không?

Bước tiếp theo được tiến hành bí mật như hoạt động quân sự của SAS[2]. Tôi đã không gọi điện thoại đến cô nàng PR nào đó của Tussauds chỉ để nhận được một yêu cầu gửi email chi tiết về chiến dịch rồi ngồi đó nhìn dự án của mình bị treo luôn bởi những từ ngữ quen thuộc như “cái này hơi khó để giải quyết” hay “chúng tôi chưa quan tâm đến vấn đề này lắm”. Hơi liều lĩnh, nhưng tôi đã quyết định mình sẽ phải mặt đối mặt nói chuyện trực tiếp với người đứng đầu viện bảo tàng Tussauds.

Tôi liên hệ với một đồng nghiệp cũ ở London có tên là David Hobbs. Là một người bạn tốt, Hobbs còn là một tay PR chuyên nghiệp, một gã sừng sỏ trong ngành, nắm giữ rất nhiều mối quan hệ

trong tay. Michael Jolly – Giám đốc điều hành của Tussauds – là một trong những mối quan hệ mà Hobbs có. Chính nhờ điều đó, cuộc gặp mặt giữa tôi và Michael Jolly đã được sắp xếp ổn thỏa.

Tôi quyết định bài thuyết trình của mình dành cho Tussauds phải thật đơn giản, hay nói đúng hơn là tối giản hết mức có thể, chỉ với một điểm cần nhấn mạnh duy nhất: Thiếu nữ Singapore là người được chụp hình nhiều nhất thế giới và là một biểu tượng sống khó có thể thay thế được.

Trên chuyến bay đến London hôm ấy, lần đầu tiên trong đời tôi được ngồi ở hạng ghế VIP của SIA, tha hồ tận hưởng các dịch vụ tiện nghi phía trên này. Những ly cocktail đầu tiên được phục vụ là Dom Perignon và champagne Krug. Kế đó là vài ly vang trắng nhiều năm tuổi của Pháp, rồi các ly vang đỏ cũng đến từ đất nước lãng mạn này luôn. Rượu mùi nối tiếp đó, đi kèm với trứng cá Caviar hảo hạng (màu đỏ lẫn màu đen), những lát thịt bò được nướng cẩn thận, bánh phồng chocolate, và vài miếng pho mát ngon khó cưỡng. Không có cả thời gian để ngủ, tôi cứ ngồi trên máy bay và uống cho đến khi đáp xuống Heathrow. Tôi uống xoay vòng, hết lượt này đến lượt khác – vì biết đâu đây là lần đầu tiên và cũng là duy nhất tôi được ngồi ở ghế hạng sang như thế này? Chỉ may mắn một điều là những hành khách khác cùng chuyến đi đều đang ngon giấc, nếu không bị bắt gặp ăn uống thỏa thuê kiểu như tôi cũng chẳng đáng tự hào chút nào.

Ngày tiếp theo, tôi bắt một chiếc taxi màu đen (đặc trưng của thành phố London) để đến Tussauds, sẵn sàng thực hiện bài thuyết trình lớn nhất cuộc đời mình. Trong nhiều năm qua, tôi đã làm nhiều bài thuyết trình hơn cả số lượng bia mà tôi uống. Nhưng hẳn nhiên, chưa có bài nào mang tầm vóc lớn như bài này cả.

Đến nơi từ rất sớm, tôi đi tới tiệm cà phê của Tussauds để làm vài ly espresso, hy vọng có thể trấn tĩnh lại đôi chút. Liếc nhìn xung quanh, tôi nhìn thấy Benny Hill - một diễn viên hài nổi tiếng - đang ăn sandwich một mình; rồi có cả Nicole Kidman đang nhấm nháp cà phê; và Robbie Williams đứng tán chuyện với Kate Moss. Tất cả bọn

họ đều là tượng sáp - hẳn nhiên là thế rồi! Tôi tự véo má mình. *Anh chàng ngốc nghếch, hãy cố gắng tỉnh táo lại đi nào!*

Đi vào trong văn phòng của Jolly để giải thích sứ mệnh của mình và thay đổi tiền lệ ở Tussauds, tôi – ngọt ngào hết mức có thể – nói rằng ngành hàng không sẵn lòng được đóng góp vài triệu đô cho quỹ từ thiện của bảo tàng. Jolly tựa người ngẫm nghĩ, rồi nhìn thẳng vào mắt tôi và nói:

"Trong hơn 200 năm trở lại đây, Tussauds chưa bao giờ thực hiện công việc của mình vì mục đích lợi nhuận cả. Sheikhs[(3)] cũng từng đến văn phòng này của chúng tôi, mang theo vali chứa đầy tiền mặt và vàng bạc để cố gắng đưa hình ảnh của những kẻ cai trị người Ả Rập vào bảo tàng này. Và họ không bao giờ đạt được mục đích."

Tôi gần như "đứng hình", chỉ biết lý nhí trong cổ họng:

"Đó chỉ là một trong những điểm tôi muốn nhắc đến mà thôi."

Ông ta tiếp tục nói:

"Các vị CEO đã từng thử đưa Jolly Green Giant[(4)] và Marlboro Man[(5)] vào Tussauds, nhưng không ai thành công cả."

Thế rồi ông ta nói rằng bản kế hoạch của chúng tôi sẽ được đưa ra thảo luận bởi hội đồng của Tussauds. Ông ta vẫn chưa đưa ra một lời từ chối chính thức.

Đi ra ngoài trời để hít thở luồng không khí mùa xuân ấm áp, tôi tìm đến một quán rượu gần nhất để giải khuây. Thật may mắn là tại bất kỳ địa điểm nào ở London cũng có thể tìm ra một quán rượu nào đó. Tôi rất cần một thứ đồ uống có cồn mát lạnh ngay lúc này. Nhấm nháp hương vị của một lon bia đặt trong tủ đá, hy vọng của tôi chùng xuống khi nhận ra Lord King – người nằm trong hội đồng của Tussauds đồng thời là người đứng đầu hãng hàng không của Anh, một đối thủ lớn của SIA.

Nốc ừng ực để quên đi cảm giác khó chịu mơ hồ đó, nhưng tôi vẫn không tránh khỏi việc tự nhủ thầm với bản thân:

“Không đời nào ông ta lại để Thiếu nữ Singapore được vào trong Tussauds. Không đời nào!”

Vậy là những tháng kế đó, bất kỳ cuộc điện thoại hay email nào được gửi tới văn phòng chúng tôi đều bị dán mác “có thẩm quyền mới được xem (hoặc nghe)”, tất cả đều được xem như tài liệu bí mật. Thế rồi vào một buổi chiều nọ, khoảng đâu 4 giờ, tiếng chuông điện thoại réo vang.

“Michael Jolly gọi từ bảo tàng Madame Tussauds. Cho hỏi đó có phải là ông Michael de Kretser không?”

“Đúng rồi, là tôi đây!” Tôi cuống quýt trả lời.

“Chào Michael! Tôi có một tin vui cho ông đây: hội đồng đã chấp nhận đưa Thiếu nữ Singapore vào Tussauds rồi.” Rồi ông ta bổ sung thêm. “Nhưng hiện giờ đây vẫn là thông tin mật đấy nhé!”

Tôi như muốn bùng nổ với cái “thông tin mật” này. Rối rít cảm ơn Jolly liên tục , tôi vụt đứng dậy, chạy thẳng tới quán rượu ưa thích nhất của mình tại thành phố, uống liền mạch những cốc bia lạnh tuyệt nhất thế gian này. Tôi nói với Charlie, anh bạn của tôi rằng:

“Tôi đã đưa được Thiếu nữ Singapore vào bảo tàng Madame Tussauds rồi! Nâng cốc lên thôi!”

Dĩ nhiên, anh ta chẳng hiểu tôi nói cái quái gì, nhưng vẫn cùng tôi uống vài lượt bia. Tôi chỉ muốn tắm mình trong thứ chất lỏng tuyệt vời ấy.

Khi tin tức này được đưa lên các phương tiện truyền thông đại chúng, Madame Tussauds tự nhận là đã chủ động tiếp cận hãng hàng không, và Thiếu nữ Singapore đã được Tussauds “cầu hôn” chứ không phải “cô ấy” chủ động ngỏ lời trước (dù mọi chuyện trên thực

tế có vẻ nằm theo hướng ngược lại). Điều đó cũng hợp lý vì dù gì mọi người cũng dễ chấp nhận chuyện “trâu đi tìm cọc” hơn là “cọc tự bứt mình để đi tìm trâu”.

Bây giờ tới công đoạn chọn hình mẫu cho Thiếu nữ Singapore. Để làm được tượng sáp thì bắt buộc phải có một nữ tiếp viên hàng không thật làm mẫu, không thể đưa ra một biểu tượng mơ hồ và chung chung cho phía bảo tàng được. Hãng hàng không phải tự chọn lựa ra năm nữ tiếp viên tiềm năng để cùng tôi bay đến London. Một trong năm người này sẽ được đích thân nhà điêu khắc của bảo tàng Tussauds chọn để khắc thành tượng sáp. Để đảm bảo tính khách quan, các cô nàng xinh đẹp này không được biết bất cứ điều gì về chiến dịch cho đến khi chúng tôi đến Anh quốc.

Trên chuyến bay đến London, tôi cứ ngỡ mình là mật vụ của CIA chứ chẳng phải một gã làm nghề PR. Lạ lùng thay, tôi rất thích cảm giác đó. Và tôi đoán chắc đây sẽ là một trong những chuyến bay hiếm có. Trên máy bay, các cô gái vẫn cứ ngỡ rằng họ đang được đưa đi để tham gia vào một chiến dịch quảng bá chán ngắt của hãng hàng không. Kiểu như mặc *sarung kebayas*[(6)] và đứng hàng tiếng đồng hồ trước cung điện Buckingham để du khách chụp hình chẳng hạn.

Tiếc thay, tôi không có đủ bản lĩnh để giấu bí mật này mãi. Mới uống vài ly với các cô ấy, tôi đã buột miệng nói rằng:

“Đây không phải là đợt quảng bá thông thường đâu. Một trong số các cô sẽ được chọn làm mẫu tượng sáp cho Thiếu nữ Singapore ở bảo tàng Madame Tussauds đó!”

Cứ như thể tôi vừa nói ra một điều quá đỗi thiêng liêng đối với họ, cả năm cô bật khóc cùng lúc và không ngừng lặp đi lặp lại câu: “Ôi Chúa ơi!” trên môi của mình. Và thái độ của các cô gái đối với tôi bắt đầu thay đổi 180 độ.

“Em biết chỗ này ở London ăn trưa ngon lắm đó!”

“Ăn làm gì? Đi uống với em thích hơn!”

“Ngài có biết Covent Garden không? Đi với em và em cam đoan ngài sẽ không phải thất vọng.”

Còn các cô ấy chắc hẳn sẽ rất thất vọng nếu biết tôi không phải là người lựa chọn ra ai sẽ là hình mẫu. Ít ra, tôi vẫn còn giữ được một bí mật tiên quyết về nhà điêu khắc. Và chuyến bay thì vẫn còn dài lắm.

Vài ngày trôi qua. Các cô gái được xem xét cẩn thận và được các chuyên gia của Tussauds chụp hình. Cuối cùng, nữ tiếp viên hàng không có tên Lim Suet Kwee đã được chọn. Suet Kwee chính thức trở thành hình tượng thương mại đầu tiên được đứng giữa những người nổi tiếng trong bảo tàng Madame Tussauds!

Sự kiện khánh thành bức tượng sáp Thiếu nữ Singapore thu hút được đông đảo sự chú ý của truyền thông trong và ngoài nước. Câu chuyện được đăng tải trên khắp các trang chủ và bản tin thời sự nóng hổi trên truyền hình. Thật không quá đáng khi nói rằng đó là một trong những khoảnh khắc đỉnh cao của một đại lý quảng cáo – khi mà bạn không cần đặt hàng truyền thông mà truyền thông vẫn tự nguyện viết bài cho bạn, lại còn gọi điện đến và nài nỉ bạn cung cấp thông tin cho họ nữa chứ!

Để ăn mừng sự kiện có một không hai này, một bữa tiệc chanpagne linh đình đã được tổ chức tại đại sảnh của Tussauds. Những vị khách cùng giới truyền thông khi đặt chân đến bữa tiệc sẽ được bao quanh bởi các tượng sáp mô phỏng những người nổi tiếng nhất thế giới: từ các vị vua, nữ hoàng, tổng thống, thủ tướng, cho đến siêu sao điện ảnh và các vận động viên thể thao cừ khôi. Khách VIP có thể kể đến như Bộ trưởng Bộ giao thông của Anh – người đã có một bài phát biểu ngợi ca sự thành công của ngành hàng không Singapore. Từ chuyện này mà nói, có lẽ tôi đã nghĩ chưa đúng về những người đàn ông Anh. Họ rất lịch thiệp và tử tế, đến nỗi khó có nhóm đàn ông nào trên thế giới so sánh được với họ.

Đêm vẫn chưa kết thúc. Chúng tôi kéo dài bữa tiệc bằng cách kéo Jolly đến một trong những câu lạc bộ đêm “sinh động” nhất London:

Stringfellows. Chúng tôi gặp gỡ chủ câu lạc bộ là Peter Stringfellows và được dẫn tới một bàn VIP hẳn hoi. Khi những chai champagne sắp được khui nắp thì bỗng dưng Lennox Lewis – nhà vô địch quyền anh hạng nặng thế giới – cùng đoàn hộ tống của anh ấy xuất hiện. Chúng tôi nhanh chóng bị đổi sang một bàn khác. Không ai muốn có một trận cự cãi diễn ra trong ngày vui thế này. Chúng tôi uống và nhảy nhót suốt đêm. Còn Lennox cũng biết ý, chẳng bén mảng lại gần chúng tôi trong suốt buổi tối hôm đó.

Chiến dịch quảng cáo đi theo định hướng là cho mọi người nhìn thấy hình ảnh của Thiếu nữ Singapore bên cạnh những bức tượng sáp nổi tiếng khác (như Michael Jackson chẳng hạn). Dòng tiêu đề cũng đơn giản đến vô cùng: "Hãng hàng không Singapore: một cách tuyệt vời để bay".

Thủ tướng Singapore Lý Quang Diệu đã gọi cho vị phó chủ tịch của SIA là Lim Chin Beng để nói lời chúc mừng. Ông nhấn mạnh rằng:

"Dù có là Thủ tướng của Singapore, tôi cũng chưa từng được khắc tượng sáp ở Tussauds."

Và Lim đã trả lời lịch thiệp hết mức có thể:

"Chúng tôi đã hiểu và sẽ cố gắng thử xem sao, thưa ngài."



Chương 10

CHUYẾN BAY KHÔNG BAO GIỜ CẤT CÁNH

Ngay từ khi các hãng máy bay giá rẻ còn chưa xuất hiện, ngành hàng không Malaysia đã nổi tiếng vì độ cạnh tranh khốc liệt. Sự cạnh tranh này thậm chí có thể ví với những cuộc thanh trừng lẫn nhau giữa các băng đảng buôn thuốc cấm ở Mexico. Đến thời kỳ "mọi người đều có thể bay", căng thẳng vẫn không ngừng tiếp diễn.

Trong thị trường luôn nóng bỏng ấy, SIA tự hào là hãng hàng không đầu tiên phục vụ những chuyến bay thẳng từ Singapore tới London – và dĩ nhiên, hãng muốn cả thế giới biết đến dịch vụ đặc biệt này của mình. Bản báo cáo ngắn gọn của hãng chỉ vỏn vẹn một dòng siêu ngắn và siêu ngọt ngào: bằng cách nào đó, hãy lan truyền tin chấn động bên trên, làm cho mọi người nhớ đến SIA với câu nói:

“thời gian ngắn nhất bay được quãng đường xa nhất”. Hay gọn hơn, hãng còn siêu tốc hơn cả siêu nhân thực thụ!

Rất nhiều bia đã được đổ ra để tiếp nhiên liệu cho phần động não của chúng tôi diễn ra sau đó. Và cuối cùng thì – BÙM! – ý tưởng lớn đột nhiên xuất hiện: tại sao không nhờ tới ảo thuật gia hàng đầu thế giới David Copperfield? Siêu nhân có thể bó tay, nhưng những trò phù phép ảo diệu của David Copperfield thì luôn biến những điều bất khả thi thành hiện thực. Ngay cả Vạn Lý Trường Thành mà còn có thể đi xuyên qua thì còn điều gì ông ta không làm được kia chứ?

Chúng tôi dự định cho Copperfield hoá phép, làm chiếc Boeing 747-400 (hay còn được gọi là “Megatop”) đang đậu ở sân bay Changi đột ngột biến mất và bất thình lình xuất hiện ở sân bay Heathrow. Ý tưởng đó ngay lập tức được trình bày cho ban điều hành hãng hàng không.

“Tuyệt vời! Bắt tay vào thực hiện thôi!” Họ có vẻ rất hào hứng. “Chúng tôi trông chờ ngày tận mắt chứng kiến màn trình diễn ấy!”

Không lâu sau đó, một nhân vật cấp cao tại hãng đưa ra thắc mắc khá hài hước:

“MDK đã uống thứ gì mà có thể nghĩ ra những ý tưởng sáng tạo đến vậy?”

Thực ra, vấn đề nằm ở chỗ chúng tôi đã uống bao nhiêu, chứ không phải là uống thứ gì.

Bước kế tiếp là liên hệ với Copperfield. Chúng tôi đã “tóm” được ông ấy tại Las Vegas, giải thích nhanh chóng về công việc và hỏi:

“Việc này ông có thể làm chứ?”

Ông ta đáp:

“Tôi chưa bao giờ làm thứ gì như thế này trước đây. Nhưng dĩ nhiên rồi, tôi hoàn toàn có thể!”

“Ông thật tuyệt vời.”

“Tất cả những gì trước mắt tôi cần là hai chiếc Megatop trong khoảng vài ngày. Một chiếc tại Changi và một chiếc tại Heathrow.” Ông ta trình bày tiếp “Vậy bên các anh sẽ trả cho tôi bao nhiêu đây?”

“Ba triệu đô.”

Tôi đáp nhanh. Không ai xứng đáng với mức giá đó hơn người đàn ông này.

Khi đã xong chuyện với David Copperfield, hẳn nhiên công việc cần kíp tiếp theo là tìm kiếm một đối tác truyền thông tin cậy. Tôi nhanh chóng liên hệ với BBC.

“Chúng tôi có một “món hàng” muốn bán cho các anh đây: một phóng sự độc quyền liên quan đến David Copperfield và một chiếc Boeing 747. Bên các anh hứng thú với nó chứ?”

“Dĩ nhiên rồi ! Khi nào chúng tôi có thể bắt tay vào ghi hình được?”

Với một khoản tiền để mua lấy độc quyền phát sóng màn trình diễn, BBC đã mặc nhiên đảm nhận nhiệm vụ đưa sự kiện này đến với người dân trên toàn thế giới.

Tôi kể với hãng hàng không về những tin vui liên tiếp này. Nụ cười đã dính chặt trên môi họ và chỉ chịu dừng lại khi tôi nhắc đến yêu cầu của Copperfield về hai chiếc máy bay.

“Cần những hai chiếc Megatop trong ba ngày? Và không được sử dụng chúng trong khoảng thời gian đó ư?” Họ xì xào bàn tán với nhau.

Một người trong ban điều hành lên tiếng nghi ngờ:

“Có thực ông ta có thể làm được không? Bằng cách nào chứ?”

“Nếu ai cũng biết cách làm thì chúng ta đâu cần đến Copperfield?” Tôi ung dung đáp lại.

Đó là một bài học trong cuộc đời: dù sao thì cũng nên tin tưởng vào nhau mà sống.

Vào thời điểm ấy, Copperfield đã sẵn sàng. Chiếc Megatop tại Changi sẽ biến mất trong nháy mắt và chỉ vài phút sau, nó sẽ bất thình lình xuất hiện tại Heathrow. Đúng như điều mà SIA muốn cả thế giới nhớ về mình: chiếc máy bay của hãng sẽ bay được quãng đường dài nhất trong thời gian ngắn nhất.

Nhưng rồi một cuộc điện thoại từ SIA như dội gáo nước lạnh vào tất cả kế hoạch của chúng tôi:

“Chúng tôi không thể tiếp tục với dự án này. Không thể cho hai chiếc Megatop không hoạt động lâu như vậy, nó sẽ làm chúng tôi lỗ vốn mất!”

Không lâu sau đó, một hãng hàng không của Mỹ có tên là Northwest Airlines đã xác lập kỷ lục thế giới về việc bay xa nhất trong khoảng thời gian ngắn nhất.

Ngồi chung với tôi trong quán bar hôm ấy là một thành viên ban điều hành của SIA đã vỗ vai tôi với một chai bia lạnh trên tay:

“Anh biết đấy, lẽ ra chúng tôi không nên hủy bỏ dự án Copperfield. Nếu là hãng đầu tiên thực hiện màn trình diễn đó, tất cả mọi người sẽ luôn nhớ đến chúng tôi. Thật là đáng tiếc và cũng đáng xấu hổ.”



Chương 11

THIÊN ĐƯỜNG ẨN GIẤU CỦA BORNEO

Năm ấy, tôi và một bạn đồng nghiệp đã bay đến Kuching, Sarawak để gặp Bộ trưởng Bộ Du lịch của Malaysia – ông James Masing. Nhà trọ Holiday của chúng tôi nằm hướng ra phía con sông Sarawak. Vào cái đêm trước ngày gặp Bộ trưởng, chúng tôi quyết định ra khỏi phòng, tìm tới một quán bar nhỏ, uống vài chai bia.

Kuching là một thành phố thanh bình, nơi thời gian trôi qua một cách chậm chạp. Sự nổi tiếng của nó đến từ bảo tàng mèo, bãi biển Damai và những con tinh tinh sống trong rừng mưa nhiệt đới. Còn các lời đồn đoán về chuyện những kẻ săn đầu người đi lang thang trong rừng thì nhiều vô số kể.

Trong quán bar ngày hôm ấy, một vài người dân bản địa đã tiến lại gần và đề nghị được uống chung cùng chúng tôi. Những cốc bia sau đó là do họ bỏ tiền ra để thết đãi. Thật hào phóng và mến khách biết bao!

Thế rồi bỗng nhiên họ hỏi lý do chúng tôi đến với Kuching.

"Chúng tôi sẽ gặp bộ trưởng Bộ Du lịch để bàn về việc quảng bá Sarawak đến phần còn lại của thế giới. Nhờ vậy, khách du lịch sẽ tới nơi này nhiều hơn."

Tôi không biết rằng những lời mình vừa nói đã chạm đến một vấn đề rất nhạy cảm. Họ nhìn tôi gườm gườm như thể muốn ăn tươi nuốt sống đến nơi. Và cứ thế, lần lượt từng người một đứng dậy, bỏ sang một bàn khác.

"Nói thế thì có gì sai hả?" Tôi quay sang hỏi đồng nghiệp của mình.

"Chẳng biết nữa!" Anh ấy nhún vai.

Vậy là đành bỏ dở cốc bia, tôi bước cẩn thận về phía những người dân bản địa, hỏi lịch sự hết mức có thể:

"Có vấn đề gì không ổn sao các bạn?"

Một người là chủ sở hữu khối lượng lớn dầu cọ ở Sarawak đã đáp lại như sau:

"Chúng tôi không muốn những người như cậu đến và phá huỷ cuộc sống bình dị của chúng tôi!"

Que sera, sera[(1)] – tôi chỉ đành biết tự nhủ vậy thôi.

Đây không phải là lần đầu tôi gặp chuyện rắc rối liên quan đến vấn đề du lịch ở nơi đây. Một vài năm trước, khi tôi đến tham quan Kuching và trên đường đến gặp Tổng giám đốc khách sạn Sheraton Damai Beach, chúng tôi cũng đã nghỉ ở nhà trọ Holiday. Tổng giám

đốc – ông Peter Mueller – là người nắm giữ vị trí đó từ rất lâu. Ông còn được đặt biệt danh là “Borneo Mueller[(2)]” vì kiến thức sâu rộng của ông đối với mảnh đất này và vì những hiểu biết về dân chúng nơi đây.

Để đến được khách sạn Sheraton, người ta phải đi bằng thuyền của dân địa phương, dọc theo sông Sarawak vì không có cây cầu nào bắc qua bãi biển Damai cả. Khi tôi vẫy tay gọi thuyền, họ nói rằng con thuyền đã bị hỏng. Trùng hợp là tất cả các con thuyền đều đã xuất phát. Mà để sửa xong một con thuyền như thế thì cần ít nhất là 48 tiếng đồng hồ.

Dạo một vòng xem xét tình hình, tôi nhận ra toàn bộ những con thuyền nơi đây đều dưới quyền sở hữu của Borneo Mueller. Nếu thuyền bị hỏng thì đồng nghĩa với việc khách sẽ phải ở lại Holiday lâu hơn một chút (có thể dây dưa đến cả vài ngày!) Không ngạc nhiên khi khách sạn này luôn trong tình trạng kín phòng.

Một bản báo cáo ngắn gọn từ Ủy ban du lịch Sarawak (STB) đã thẳng thắn xác nhận: tăng lượng du khách từ những quốc gia được lựa chọn trên thế giới. Sarawak về cơ bản đã phát triển việc quảng bá du lịch tại các bãi biển. Chỉ có một bãi biển duy nhất có kích thước bằng cả sân bóng. Cuộc cạnh tranh với các bãi biển như Penang, Langkawi, Bali và Phuket khá gay gắt. Tại sao du lịch cứ phải gắn liền với bãi biển chứ?

Một viên chức ngành du lịch nói với tôi rằng: “Chúng tôi được dặn dò là khi người ta nhắc đến việc đẩy mạnh quảng bá du lịch tại một địa điểm nào đó, nhất định phải chỉ đến bãi biển ngay!”

Nhưng oái oăm thay, có một sự thật trần trụi là Sarawak không sở hữu một bãi biển tử tế nào cả. Vậy nên chiến lược có thay đổi đôi chút: tập trung vào sức hấp dẫn độc đáo của Sarawak. Đó có thể là rừng mưa nhiệt đới hùng vĩ; hoặc là hang Mulu; hoặc là quần thể động thực vật quý hiếm (ví dụ bông hoa lớn nhất thế giới có tên Rafflesia, hoặc giống đười ươi Orang chẳng hạn). Những căn nhà dài của người dân bản xứ cũng là một điều thú vị có thể kể đến. Chúng

tôi muốn mọi người nhớ đến Sarawak như một địa điểm lý tưởng dành cho những du khách muốn phiêu lưu mạo hiểm và khám phá tự nhiên.

Câu khẩu hiệu cho chiến dịch của chúng tôi như sau: “Sarawak, thiên đường ẩn giấu của Borneo”. Borneo được nhắc đến trong câu khẩu hiệu vì hình ảnh của nó đã được khắc ghi trong đầu của du khách, giống như một địa điểm ẩn chứa những rừng mưa kỳ diệu và các cuộc phiêu lưu kỳ thú. Một hoạ sỹ đã được giao trọng trách vẽ hàng loạt các cảnh trí, nắm bắt những hình ảnh đời thực nhất của Sarawak – sau đó dồn tất cả vào trong một bức tranh dùng để quảng bá.

Kỹ thuật sử dụng là sự đổi mới so với việc lúc nào các tờ poster cũng sử dụng ảnh thật để quảng bá. Poster, những cuốn sách mỏng, bản đồ và những chất liệu bổ sung được thể hiện như thể toàn bộ những thứ đó được dùng để quảng bá cho một bộ phim cổ điển. Quá trình biên tập chủ yếu xoay quanh hình ảnh, được thực hiện và thêm vào câu chữ làm người xem liên tưởng đến kịch bản phim Indiana Jones[(3)].

Chiến dịch nhanh chóng thu hút được sự chú ý của các công ty lữ hành và du khách từ Úc, châu Âu cho đến Trung Quốc. Những tấm poster trở thành đối tượng được săn đón bởi mọi người trên thế giới. Các du khách tràn vào thiên đường còn ẩn giấu, cố gắng khai phá địa điểm đẹp kỳ lạ nhưng còn hoang sơ này. Khi lượng du khách đến đây tăng lên, nhiều khách sạn cũng được xây dựng và nhiều đường bay cứ thế thẳng đến Kuching.

Lần đầu tiên trong lịch sử 50 năm của PATA[(4)], một chiến dịch đã giành được giải vàng ở tất cả các hạng mục: PR tốt nhất, quảng cáo tốt nhất, poster tốt nhất, cuốn sách hướng dẫn về du lịch tốt nhất và marketing tốt nhất. Và còn rất nhiều giải thưởng quốc tế đã được trao cho chiến dịch này.

Tôi thực sự không biết những người bạn Sarawak đang nghĩ gì ở thời điểm hiện tại. Có thể họ vẫn đang chè chén say sưa ở nhà trọ

Holiday – bây giờ đã được đổi tên thành khách sạn Grand Margherita. Quầy bar xưa cũ giờ đã lộng lẫy hơn với những ngọn đèn treo lấp lánh.

“Chẳng qua đó là nhờ sự phát triển của thời đại mà thôi!”, tôi mường tượng họ sẽ nói với mình như vậy. Nói chung cái gì ở thời hiện đại mà chẳng có thể vin vào lý do đó: từ smartphone, Facebook đến cả Twitter đều như vậy. Có phải thế không?



Chương 12

HÒA NHẠC TRONG HANG

Đủ rộng lớn để cho vài chiếc máy bay phản lực cỡ lớn hạ cánh, quần thể hang động Mulu ở phía Bắc Sarawak nép mình vào những ngọn núi cao chót vót. Không ngoa khi nói rằng nếu nơi đây không được xem là kỳ quan thiên nhiên thế giới thì chắc chẳng còn nơi nào xứng đáng lọt vào danh sách này nữa.

Vậy thì một buổi hòa nhạc tổ chức ở hang động Mulu có phải là ý kiến rất tuyệt hay không? Chính phủ Sarawak chớp lấy ý tưởng này ngay lập tức. Các nhà tài trợ rất sẵn lòng hỗ trợ về mặt tài chính. Một cuộc khảo sát tiến hành ngay sau đó đã khẳng định, hang động này quá hoàn hảo để tổ chức một buổi hòa nhạc đạt chất lượng âm thanh tốt nhất. Những địa điểm như La Scala ở Ý, nhà hát Royal Opera House ở London hay thậm chí Sydney Opera House ở Úc chỉ đáng... xách dép cho hang Mulu này. Và người ta đã lên danh sách

dự kiến khoảng chừng 50 nhân vật quan trọng được mời đến để thưởng thức trực tiếp buổi hòa nhạc có một không hai này (nếu mời số lượng lớn hơn, e rằng môi trường tự nhiên nơi đây sẽ bị hủy hoại mất).

BBC có được bản quyền phát sóng sự kiện này khắp mọi nơi trên thế giới, kèm theo đó là bộ phim tài liệu đặc biệt dành để nói về Sarawak kỳ thú. Một trong những giọng nữ cao nổi tiếng nhất thế giới là Kiri Te Kanawa – diva đến từ New Zealand, người đã hát tại lễ cưới của thái tử Charles và công nương Diana – cũng đồng ý tham gia buổi hòa nhạc.

Mọi người háo hức chờ mong màn trình diễn âm nhạc lớn nhất, tuyệt diệu nhất thế giới ở nơi đây – và đó là trước cả khi Bob Geldof nghĩ ra ý tưởng về Live Aid[(1)].

Những ánh mắt khắp quả địa cầu này sẽ dồn về Sarawak trong một đêm trăng tròn huyền ảo. Vào thời điểm đó, Sarawak sẽ không còn là thiên đường ẩn giấu nữa, nó sẽ trực tiếp chạm vào trái tim của cả nhân loại.

Đáng buồn thay, ngày vui ngắn chẳng tày gang. Một hôm nọ, màn sương mù đen đặc bỗng từ đâu đột ngột bao phủ lấy Sarawak. Bầu trời chuyển sang tối đen như mực. Giữa trưa, thay vì có ánh mặt trời chiếu rọi thì mọi thứ lại tăm tối như lúc nửa đêm. Mọi người bước ra ngoài với mặt nạ phòng độc gắn chặt trên khuôn mặt. Cả vùng đất nhanh chóng trở thành một vùng đất cấm. Trẻ em bắt đầu chết dần chết mòn trong bóng tối. Một loại vi-rút chết người mang tên Coxsackie[(2)] cứ thế bùng phát. Không ai biết nguyên nhân thực sự của thảm hoạ này.

Nhạc hội đình đám trong hang Mulu bị hoãn lại cho đến tận hôm nay. Xảy ra chuyện này, cá nhân tôi nghĩ chỉ có lũ dơi là cảm thấy hạnh phúc.



Chương 13

DỊCH SARS TẤN CÔNG

Dịch SARS (Hội chứng hô hấp cấp tính nặng) đã bùng phát ở châu Á - Thái Bình Dương một cách đột ngột. Như một đòn tấn công thẳng vào trái tim của cả nhân loại, chỉ trong một khoảng thời gian ngắn, SARS đã cướp đi sinh mạng của hàng ngàn người, làm nền kinh tế của cả khu vực bị khủng hoảng mạnh. Đặc biệt, ngành du lịch và lữ hành bị ảnh hưởng trầm trọng, dù đây là ngành kinh doanh "huyết mạch" của hầu hết các quốc gia châu Á.

Đó là cuộc khủng hoảng tồi tệ nhất trong lịch sử ngành du lịch ở châu Á - Thái Bình Dương. Trong vòng chưa đầy 6 tháng, lượng du khách sụt giảm lên đến con số hơn 15 triệu người. Hơn 3 triệu công việc biến mất tại Trung Quốc đại lục với thiệt hại lên đến 60 tỷ đô la. Các hãng hàng không hủy các chuyến bay đến châu Á, khách sạn vắng khách, còn các nhà bán lẻ thì nằm trên bờ vực sụp đổ.

Mọi người đóng cửa vì sợ hãi. Bất cứ ai can đảm bước chân ra khỏi nhà đều đeo mặt nạ phòng hộ – trông giống như người ngoài hành tinh vậy. Những thông tin sai lệch cũng lan truyền ra khắp nơi. Các chuyên gia y tế cũng khoanh tay chịu thua trước hội chứng nguy hiểm này. Chính phủ các quốc gia thì liên tục đổ lỗi cho nhau vì sự lây lan của dịch bệnh, mặc dù SARS lúc đó đã là “chuyện không của riêng ai”.

Cho đến lúc khủng hoảng qua đi, nền kinh tế của châu Á - Thái Bình Dương vẫn bị đông cứng hoàn toàn. Mọi người đều chấp nhận suy nghĩ, xảy ra một sự kiện như thế, chẳng có phép màu nào có thể vực dậy nền kinh tế nơi đây nữa.

Khách hàng của MDK trải dài từ những hãng du lịch, hàng không cho đến các khách sạn và công ty lữ hành nội địa. Tôi biết mình không thể lùi bước mà phải đưa mọi thứ trở về đúng với quỹ đạo của nó. Và để làm được điều đó, điều quan trọng nhất cần phải tác động đó là tâm lý của những du khách quốc tế.

Cũng từ đây, một kế hoạch thực hiện mang tên “Dự án Phượng hoàng” đã được triển khai. Theo truyền thuyết cổ của Hy Lạp, phượng hoàng là loài chim sinh ra từ tro bụi. Lần đầu tiên, một sáng kiến mạnh mẽ và mang đầy tính cách mạng đã được sử dụng nhằm mục đích quy tụ lại ngành du lịch và lữ hành trên toàn châu Á. Cách thức tiếp cận được gửi đến PATA1 – có vai trò như đầu mối của chiến dịch. Thành viên của PATA bao gồm hơn 100 cơ quan và Bộ Du lịch đến từ các quốc gia và vùng lãnh thổ, cùng với 55 hãng hàng không và hãng tàu thuỷ lớn, kèm theo 1.200 công ty lữ hành nổi tiếng.

Một cuộc họp khẩn cấp đã được tiến hành, kêu gọi các thành viên của PATA tham dự một hội nghị tại khách sạn Pan Pacific ở Singapore. Mục tiêu chính của chương trình là kêu gọi toàn thể ngành du lịch châu Á - Thái Bình Dương cùng chung tay để gây dựng lại mọi thứ từ đầu. Và việc này chắc chắn sẽ không hề dễ dàng chút nào.

“Nó giống như một nhiệm vụ bất khả thi vậy, tôi chưa từng thấy tiền lệ trước đây. Chúc may mắn!” Một viên chức ngành du lịch đã nhắn nhủ với tôi như vậy.

Cuối buổi họp, hơn 1 triệu đô đã được đóng góp từ hơn 15 cơ quan du lịch nội địa và những đối tác khác trong ngành. Chiến dịch tập trung vào việc chuyển tải hình ảnh tích cực và thông điệp về vùng châu Á - Thái Bình Dương đến với du khách toàn cầu, thông qua những phương tiện truyền thông như truyền hình, báo in và truyền thông trực tuyến. Mọi việc cần thực hiện nhanh chóng và không có quốc gia nào được phép xem qua chiến dịch trước khi nó thành hiện thực. Tất cả mọi người đều đồng ý. Và dự án Phượng hoàng chính thức cất cánh.

Có hai mục tiêu truyền thông cơ bản, đó là:

Thứ nhất, phải thuyết phục những du khách còn e ngại và hoài nghi rằng châu Á - Thái Bình Dương không phải là nơi thiếu an toàn như họ nghĩ, đây vẫn là một địa điểm xứng đáng để họ đến tham quan.

Thứ hai, để giảm thiểu chi phí càng nhiều càng tốt, phải thiết lập một mạng lưới thân thiết với những công ty truyền thông toàn cầu và đề ra chiến lược PR vừa sáng tạo lại vừa hiệu quả.

Thành công của chiến dịch chỉ đạt được khi cả hai mục tiêu trên đều đem đến kết quả tốt.

Một ví dụ tiêu biểu trong chiến dịch này là chiến dịch nhỏ “Welcome Back” được thực hiện đồng thời với đối tác chiến lược CNN, báo *Time* và *Fortune*. Quảng cáo trên truyền hình dài 60 giây – được hỗ trợ bởi quảng cáo trên báo chí – đã khơi gợi những kỷ niệm còn lưu giữ trong trái tim của du khách ở muôn nơi về một châu Á - Thái Bình Dương xinh đẹp và trái tim ấm áp của những người dân nơi đây. CNN, *Time* và *Fortune* đã đóng góp 6 triệu đô cho việc quảng cáo để đảm bảo rằng chiến dịch này có thể tiếp cận được với

hơn 130 triệu hộ gia đình ở Mỹ, châu Âu và châu Á - Thái Bình Dương.

Thông qua dự án Phượng hoàng, một chiến dịch phối hợp trị giá 10 triệu đô để tiếp cận được với hơn 300 triệu hộ gia đình trên toàn thế giới. Dự án cũng chi hàng triệu đô để có được phản ứng tốt của cộng đồng trên các kênh mạng trực tuyến lẫn báo in. Một số chiến dịch đình đám khác trong dự án này có thể kể đến như:

BBC World: Tám đoạn clip dài 60 giây mang tên "Cẩm nang châu Á - Thái Bình Dương" mang đến cho mọi người hình ảnh của Úc, Canada, Hồng Kông, Ấn Độ, Ma Cao, Malaysia, Singapore và Đài Loan.

National Geographic Channel: clip 30 giây quảng cáo trên truyền hình, giới thiệu đến mọi người trang web mới dành cho khách hàng của PATA có tên TravelWithPATA.com.

Để có thể tiếp cận nhiều đối tượng khách hàng hơn nữa, dự án Phượng hoàng cần đưa thông điệp lên các kênh trực tuyến, thông qua một công cụ mạnh mẽ của dự án là trang web TravelWithPATA.com. Trang web này cung cấp những tin tức về du lịch và những đặc điểm, lời khuyên khi đi du lịch, hướng dẫn toàn diện về 48 điểm đến trong khu vực, với nội dung được cung cấp từ cuốn sách gối đầu cho dân du lịch của Lonely Planet. Đã có những chương trình giảm giá đặc biệt và cơ hội du lịch đến từ các thành viên của PATA được đưa lên trang web, thêm vào đó là cập nhật tin tức về thời tiết của các vùng, bản đồ cũng như hướng dẫn đổi ngoại tệ.

Một chiến dịch được tạo ra và chạy trong vòng một tháng đã giúp châu Á - Thái Bình Dương đứng vững trở lại trên đôi chân của mình. Riêng đối với MDK, chiến dịch này đã giúp chúng tôi thắng được hàng loạt giải thưởng quốc tế về xử lý khủng hoảng trong quản lý.

Những người dân chài ở Terengganu, Malaysia hiện nay đã có thể bán cá trở lại; những cô gái làm đồ thủ công ở Bali có thể bán được

cho du khách mấy món đồ lưu niệm xinh xinh; và những tài xế taxi nay đã có thêm hành khách để chở từ bến phà ra sân bay và ngược lại.

Đúng như cái tên của dự án, Phượng hoàng đã thực sự hồi sinh và tung cánh bay trở lại giữa bầu trời xanh bao la.



Chương 14

BECKHAMS ĐÍCH THỰC, RA MẶT ĐI NÀO!

Có một điều không cần phải bàn cãi: Munchy chính xác là nhãn bánh quy được yêu thích nhất Malaysia với hơn 100 sản phẩm khác nhau được sản xuất dưới thương hiệu này. Công ty này đã thành lập được hơn 50 năm và có một nhà máy riêng đặt tại Batu Pahat, Johor, thị trấn công nghiệp nổi tiếng ở Malaysia. Ở khía cạnh kinh doanh gia đình, thì công ty đã rất thành công.

Cho đến một ngày nọ, CK Tan, người con trai út, được nhận quyền quản lý Munchy từ cha và các anh trai.

Là một người trẻ đam mê marketing và có trong tay bằng đại học của Mỹ, hẳn nhiên cách làm việc của CK khác biệt hoàn toàn so với những người đi trước. Munchy sau đó thuê công ty PR của chúng tôi và một công ty chuyên về xây dựng thương hiệu nữa để thực hiện

mục tiêu lớn: Mở rộng công ty này ra ngoài lãnh thổ, đến Singapore, Trung Quốc, Trung Đông, Mỹ, châu Âu và nhiều nước khác nữa! Để đạt được điều này, trước tiên Munchy phải nhắm vào hai đối thủ cạnh tranh chính trên thị trường là Nabisco và Danone.

Tuy nhiên, một cuộc khảo sát được tiến hành sau đó đã đem lại kết quả ngỡ ngàng cho Munchy: Thương hiệu này hầu như không được lưu giữ trong tâm trí người tiêu dùng! Khách hàng có thể mua sản phẩm, tiêu thụ sản phẩm nhưng thương hiệu Munchy lại quá mờ nhạt để họ có thể ghi nhớ trong đầu.

Trước tình thế đó, cần phải cải tổ ngay lập tức, một nhà tư vấn thương hiệu đã được mời tới Munchy ngay lập tức. Tựa như bác sỹ chuyên nghiệp, nhà tư vấn này đề xuất việc thay đổi hoàn toàn bộ nhận diện thương hiệu của Munchy. Tiền được chi ra, logo cũ chuyển từ màu đỏ sang màu cam. Slogan của Munchy cũng nhanh chóng được sửa thành: “Cắn tôi đi”.

Bạn có thể nghĩ rằng với sự thay đổi đột ngột này, hẳn nhiên người tiêu dùng phải chú ý, nhận diện thương hiệu của Munchy trên thị trường sẽ tăng vùn vụt. Thế nhưng nếu mọi chuyện đơn giản và tự động như thế thì có lẽ trên đời này mọi điều ước đều biến thành hiện thực hết cả. Sau phần việc của công ty xây dựng thương hiệu, giờ mới là lúc công ty PR của chúng tôi ra tay.

Suy nghĩ thông thường của các công ty PR lúc đó khi thay đổi nhận diện thương hiệu là sẽ tổ chức một buổi họp báo, hi vọng giới truyền thông để mắt đến và chiếu cố cho một vài mẩu tin là đã thành công lắm rồi. Vậy nhưng việc làm này có thực sự làm tăng nhận diện thương hiệu trong tâm trí người tiêu dùng hay không? Theo tôi, câu trả lời là không! Vậy nên công ty chúng tôi đã nghĩ ra một cách tiếp cận cực kỳ khác biệt, đó là mời David Beckham và Posh Spice (Victoria Beckham) để quảng bá cho hình ảnh mới của thương hiệu Munchy.

“Chiến dịch này sẽ tiêu tốn tổng cộng bao nhiêu?” CK chất vấn chúng tôi.

Khi nghe nhắc đến con số 5 triệu Ringgit[1], anh ta gần như té xỉu. Sau khi lấy lại được thần trí, CK lắp bắp:

“Các anh nốc bao nhiêu bia rồi đấy?”

Trước khi CK tiếp tục nói về sự điên khùng của ý tưởng, tôi đã nhanh chóng bảo với anh ấy rằng có một công ty ở Anh mang tên Fake Faces chuyên quản lý những người nhìn hao hao người nổi tiếng. “David Beckham” và “Posh Spice” sẽ được chuyển đến Kuala Lumpur với số tiền chỉ khoảng 10.000 Ringgit.

Sự im lặng bao trùm khắp cả căn phòng.

“Có ai từng làm điều này trước đây chưa?” Cuối cùng CK hỏi.

“Chưa.” Tôi trả lời. “Đó mới là PR thật sự đấy!”

Đáng buồn là CK không hoàn toàn bị thuyết phục và anh ta cân nhắc những khả năng khác trong khoảng vài ngày. Để rồi sau chót, CK đưa ra một lời hồi đáp phũ phàng cho tôi.

“Xin lỗi anh, nhưng nó quá rủi ro. Tôi không thể đồng ý được.”

Khi bạn có một ý tưởng tuyệt vời, đừng bao giờ chấp nhận câu trả lời không! Bạn phải làm bất cứ điều gì có thể để bán được ý tưởng đó. Vì thế mà thay vì bỏ cuộc, tôi mời CK đi uống tại Courtyard kế bên kia đường. Đôi khi cách này còn hữu hiệu hơn là thuyết trình ý tưởng bên trong phòng họp.

Sau vài ly bia, tôi bắt đầu mở lời:

“CK, đây là cơ hội duy nhất trong đời. Nếu anh làm nó, không ai khác có thể lặp lại một lần nữa.”

Anh ấy nghĩ một hồi lâu, cân nhắc rất kỹ lưỡng. Rồi lại hớp thêm một ngụm bia.

Tôi đã tung ra con át chủ bài của mình và giờ thì chỉ biết chờ đợi mà thôi. CK cứ ngồi im suy nghĩ mãi. Còn tôi thì có cảm giác như đang ngồi trong một sòng bạc ở Las Vegas, ngắm nhìn quả bóng màu trắng chạy vòng vòng trên bàn xoay ru-lét, cầu cho nó rơi vào đúng số mà mình đặt cược.

"Thôi được rồi." Anh ta nói. "Cứ làm thử đi!"

Malaysia chào đón gia đình "Beckhams"

Chiến dịch bắt đầu bằng việc những chiếc áo thun có in tên thương hiệu Munchy được chuyển tới London. Khi vợ chồng nhà Beckhams *giả hiệu* xuất hiện ở sân bay quốc tế Kuala Lumpur, họ đã đang khoác trên người mình những chiếc áo thun này. Hình ảnh của họ (cũng như thương hiệu mới của Munchy) ở sân bay được hơn 60 hãng truyền thông lớn nhỏ của Malaysia chụp lại và phải thú thật một điều rằng, cặp vợ chồng Beckhams *giả hiệu* trông còn thật hơn cả nhà Beckhams chính hiệu!

Sau đó, gia đình nhà "Beckhams" được xe buýt đón và di chuyển thẳng đến nhà máy của Munchy tại Batu Pahat. Theo kế hoạch ban đầu thì họ chỉ tham quan nhà máy và gặp gỡ công nhân trong vòng khoảng hai giờ. Thế nhưng chuyến tham quan này kéo dài đến tận đêm khuya chỉ vì cả thị trấn đều muốn gặp gỡ Beckhams *giả hiệu!* Họ muốn chụp hình với từng đứa con của gia đình này, rồi cả ông chú, bà cô. Hay nói đơn giản hơn, trong mắt người dân thị trấn, gia đình này cũng chẳng khác gì gia đình một siêu sao thực sự cả.

Gia đình nhà "Beckhams" sau đó còn ghé qua một siêu thị lớn, thu hút hơn năm ngàn lượt người ùn ùn kéo đến xem. Họ cũng đi thăm một bệnh viện nhi và chụp hình với những em bé ở nơi đây. Thậm chí họ còn ăn tối với Bộ trưởng Bộ Thương mại và Công nghiệp của Malaysia trong sự kiện ra mắt bộ nhận diện thương hiệu mới của Munchy.

Bất kể gia đình này đi đến đâu, truyền thông đều theo chân họ sát ràn rạt, kể cả khi tất cả mọi người đều biết gia đình này thực ra chỉ là

hàng giả hiệu mà thôi. Công chúng như phát điên lên với tin tức của nhà Beckhams *giả hiệu*. Hình ảnh của gia đình này tràn ngập từ trang chủ của mọi tờ báo cho đến mục tin tức thể thao, từ ti vi cho đến đài phát thanh. Thậm chí họ còn được lên cả kênh CNN, dù suốt khoảng thời gian đó nhà Beckhams *giả hiệu* chẳng nói lời nào. Công việc của họ ở Malaysia chỉ đơn giản là giữ nguyên bộ trang phục có in thương hiệu Munchy trên người và đi lòng vòng vậy thôi.

Sau chuyến tham quan của nhà Beckhams *giả hiệu,* một cuộc khảo sát lại đã được tiến hành. Không quá bất ngờ khi nhận diện thương hiệu Munchy đã tăng đến hơn 60%. Đây thực sự là một thành công không dễ đạt được nếu dùng những "chiêu trò" PR truyền thống.

Có một câu hỏi có lẽ bạn muốn đặt ra cho tôi ở đây: Vậy Beckhams thật xuất hiện ở đâu trong câu chuyện này?

Câu trả lời nằm ngay trong chiến dịch: những khách hàng may mắn của Munchy sẽ có cơ hội bốc thăm trúng thưởng để gặp David Beckham thật, trong một trận cầu nảy lửa mà chàng cầu thủ điển trai này tham gia năm đó!

Và cho đến tận khi ấy, Beckhams đích thực mới chịu ló mặt ra.

Chú ý: Nghĩ lại thì tôi sẽ không đề nghị một chiến dịch như vậy cho một ngân hàng hay một hãng xe. Nhưng một hãng bánh quy thì… cũng được.



Chương 15

MỘT KẾT THÚC CỔ TÍCH

Tôi không muốn dùng những từ ngữ cũ kỹ để miêu tả về chặng đường dài và đầy sóng gió mình đã đi qua. Nó phũ phàng hơn nhiều với những cánh cửa đóng sầm trước mặt, nhưng đồng thời cũng tuyệt vời biết bao nhiêu khi những cơ hội quý giá cứ thế tìm đến và ở lại.

Thật không phóng đại khi nói rằng thần may mắn đã ở bên tôi ở một số thời điểm nào đó trong cuộc đời. Và cũng không hẳn là sai nếu cho rằng tôi sinh ra đã là quý tử trong một gia đình giàu có để rồi bây giờ có thể gọi là "tầm tầm bậc trung"... Cuộc đời này là một ván bài và tôi đã chơi hết mình với nó. Tôi không hối tiếc và đổ lỗi cho bất cứ ai hay chuyện gì cả, tất nhiên, không tính vụ bossa nova.

Nếu phải chọn một bài hát cho cuộc đời mình, tôi xin mạn phép sửa đổi đôi chút lời ca của Frank Sinatra:

"Tôi đã từng là một người lữ hành, tôi đã từng sống một cuộc đời đơn độc

Tôi ngao du khắp chốn, và giờ đây tìm được một tổ ấm cho riêng mình

Những thành phố ngập tràn những nàng thơ, những công việc đầy những kẻ biếng nhác và những huyền thoại được nhắc tên

Tất cả những thời khắc đó, tôi đã làm theo họ. Những thời khắc đó, không phải lúc nào cũng hay ho.

Và giờ đây, tôi chỉ làm theo bản ngã trong mình."

Có đôi khi tôi cảm giác như mình đang đứng trên bãi biển, bị những con sóng vỗ bờ xô nghiêng ngả. Tôi gượng dậy chỉ để chờ một con sóng làm mình ngã thêm lần tiếp theo. Nhưng cũng như Ernest Hemingway đã viết, mặt trời vẫn luôn mọc. Ngoài kia chim vẫn hót và tiếng ca vẫn ngập tràn. Những chúa tể sơn lâm vẫn còn đang ngủ sâu trong rừng, chờ ta tìm tới nơi.

Những người chưa tốt một ngày nào đó sẽ nhìn thấy nhân quả cho những việc họ đã làm. Nếu không phải trong thế giới này, thì là trong một thế giới khác. Còn những người hùng, thiên đường đang đón chờ họ.

Nếu đúng theo tương truyền con mèo có chín mạng sống, thì dường như tôi đã trải qua sáu mạng rồi. Những mạng còn lại tôi để dành cho cuộc du hành vào một thế giới thực tế. Tôi sẽ lại phá vỡ những rào cản, sẽ mơ mộng như thể tôi sẽ sống mãi, và sẽ sống như thể ngày mai tôi sẽ chết.

Còn nhiều mảnh đất mà tôi chưa khám phá, còn nhiều người tôi muốn gặp gỡ làm quen, còn nhiều đỉnh cao tôi cần đạt được. Tâm hồn tôi còn quá trẻ để chùn lui bước.

Tôi sẽ bay lên cung trăng, kết giao với những ngôi sao Hollywood và Bollywood, tìm một nàng thơ của đời mình, ổn định cuộc sống trong một trang trại nhỏ xinh. Tối tối, tôi sẽ vặn ánh đèn nhỏ lại để nó lấp lánh giữa đêm đen. Như ngọn nến trong gió, những kẻ tham lam sẽ chìm vào quên lãng và không còn là nỗi bận tâm.

Đó hẳn nhiên là một cái kết ngọt ngào, hạnh phúc và lung linh như cổ tích. Nhưng đó là chuyện về sau. Còn bây giờ, màn trình diễn vẫn chưa dừng lại. Phải tiếp tục bước đi thôi!

1. Dùng để chỉ tầng lớp trên trong xã hội Mỹ.
1. Quyển đầu kinh Cựu ước Chúa sáng tạo ra thế giới.
2. Những vị thánh của các quốc gia hay của một giai đoạn lịch sử.
1. Một tập đoàn kinh tế cao cấp của nước Anh.
1. 1 inch = 2,54 cm.
2. FTSE - 100 (Financial Times Stock Exchange): Chỉ số chứng khoán của 100 công ty lớn tiêu biểu trên thị trường chứng khoán London.
1. Có ví dụ ở phía dưới.
1. SWOT: Phân tích độ mạnh, yếu, cơ hội và nguy cơ.
2. Một công ty bán lẻ cũ của Mỹ.
(1) Thiện chung: Chết bình thường, không đau đớn, "chết tốt đẹp" theo cách nói của người đời xưa, đó là cái chết nhẹ nhàng, yên lành hay "khẻo chung mệnh"
(2) Hoài: Chỉ vùng An Huy - Giang Tô Trung Quốc. Quân Hoài: Chỉ lực lượng quân sự địa phương An Huy - Giang Tô
(1) Tử Vũ: Học trò Khổng Tử
(2) Tể Dư: Học trò Khổng Tử, còn gọi là Tể Ngã, tên chữ là Tử Ngã, giỏi ăn nói song hay ngủ ngày nên Khổng Tử đánh giá thấp
(3) Khí là một khái niệm trong triết học và y học cổ đại, nghĩa cụ thể là chất khí, luồng khí, nghĩa trừu tượng là sinh khí, sức sống.
(1) Thước: Chỉ thước Trung Quốc = 33cm.
(2) Tấc: Chỉ đơn vị đo chiều dài Trung Quốc = 3,3cm.
(3) Lý Lăng: Tướng trẻ, rất có tài nhà Hán. Không có quân tiếp viện, bị vây khốn nhiều ngày đã hàng quân Hung Nô.
1. Vùng ngoại ô Luân Đôn
1. Một thành phố ở Anh, lấy tên của sông Hull.
1. Một nước cộng hòa ở Ấn Độ Dương.
2. European Bank for Reconstruction and Development – Ngân hàng Tái thiết và Phát triển châu Âu.
3. Federal Reserve – Cục Dự trữ liên bang Mỹ.
4. Market Research Society of Australia – Hiệp hội Nghiên cứu Thị trường Australia.
5. Hiệu ứng được đặt theo tên ông Christian Doppler, nhà vật lý người Áo.
1. Viết tắt của "Picture" (ảnh).
1. Và khi họ đang ngồi chờ ở phòng lễ tân, họ có thể có cảm xúc viết ra một vài bình luận ngắn về những đồ nội thất cũ kĩ của văn phòng.

1. Nhân vật trong dân gian của Anh, người đã thoát cảnh nghèo khó và trở nên giàu có.
2. Âm thanh lớn phát ra khi hai vật va chạm vào nhau.
1. Chuyện gì đến sẽ đến.
2. Mueller của xứ Borneo.
3. Nhân vật trong một chuỗi phim của George Lucas.
4. Pacific Asia Travel Association (Hiệp hội Du lịch châu Á Thái Bình Dương), làm việc với sứ mệnh thúc đẩy sự phát triển có trách nhiệm của ngành du lịch trong khu vực châu Á Thái Bình Dương.
1. Là một buổi hòa nhạc được tổ chức ở hai địa điểm cùng vào ngày 13 tháng 7 năm 1985. Sự kiện này được tổ chức bởi Bob Geldof và Midge Ure để gây quỹ cứu trợ cho nạn đói ở Ethiopia.
2. Là một Enterovirus có khả năng sinh sôi trong đường tiêu hóa, ổn định trong môi trường acid, kể cả acid dịch dạ dày.
1. Đơn vị tiền tệ của Malaysia.
1. OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development): Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế.
2. Tỉ phú người Anh, sáng lập tập đoàn Virgin bao gồm hơn 400 công ty.
3. Doanh nhân người Anh gốc Malaysia, là người sáng lập Tune Air Sdn, AirAsia với khẩu hiệu "Tất cả mọi người đều có thể bay".
1. Bandung là thành phố lớn thứ ba của Indonesia.
2. Là một hoàng tộc châu Âu có nguồn gốc từ xứ Wales, Anh.
3. Giống chó đốm.
4. Tờ báo tiếng Anh phát hành tại Malaysia.
1. Lyndon Baines Johnson: Tổng thống Hoa Kỳ thứ 36, nắm cương vị từ năm 1963 đến 1969.
1. S.W.R.D.Bandaranaike: Thủ tướng thứ tư của Sri Lanka vào năm 1956, bị ám sát bởi một tu sĩ Phật giáo vào năm 1959.
2. Một đại lộ lớn và nổi tiếng của thành phố Paris.
3. Câu lạc bộ đêm nổi tiếng ở Paris, được sáng lập năm 1889 bởi Joseph Oller và Charles Zidler.
4. Một thành phố ở miền Nam nước Ý.
5. Là một trong những công viên lớn nhất ở London.
1. Mã cầu (polo): Môn thể thao gồm nhiều người chơi, chia thành hai đội, mỗi đội sẽ cố gắng dùng gậy đánh bóng vào cầu môn của phe đối phương.

2. Xì dách: Là một dạng chơi bài trong đó người chơi chiến thắng khi được 21 điểm.
3. Nhóm hát nữ của Mỹ, một trong những nhóm nghệ sĩ chủ đạo của Motown Records trong suốt thập niên 1960.
1. Tên một loại bia của hãng Castle Larger.
2. Hay còn gọi là pecco, một loại trà đen.
3. Tên một bộ phim, ở đây ý tác giả muốn nói tới là điệu nhảy đặc trưng trong bộ phim đó.
4. Đội bóng bầu dục quốc gia New Zealand.
5. Một vận động viên điền kinh người Jamaica, người đang giữ kỷ lục thế vận hội và thế giới ở các nội dung chạy 100 mét với 9,58 giây, 200 mét với 19,19 giây.
6. Vận động viên nhảy sào người Nga, hai lần đoạt huy chương vàng Olympic (2004 và 2008), ba lần vô địch thế giới (2005, 2007 và 2013), người được coi là nữ vận động viên nhảy sào tài năng nhất mọi thời đại.
7. Còn được gọi là đá Ayers, là một khối kiến tạo sa thạch ở phía Nam của Northern Territory, miền Trung nước Úc, cách Alice Springs về phía Nam 335 km.
1. Nhà báo, phát thanh viên và một tác giả người Anh.
2. The Special Air Service là một trung đoàn của quân đội Anh được thành lập vào ngày 31 tháng năm 1950, một phần của lực lượng đặc biệt Anh (UKSF).
3. Một kính ngữ Ả Rập có nghĩa đen là “đàn anh” và mang ý nghĩa “nhà lãnh đạo và/hoặc thống đốc”.
4. Tên một bức tượng trong Blue Earth, Minnesota. Là biểu tượng của công ty The Minnesota Valley.
5. Một nhân vật được sử dụng trong quảng cáo thuốc lá Marlboro.
6. Là trang phục truyền thống có nguồn gốc từ Indonesia và được phụ nữ ở Indonesia, Malaysia, Brunei, Myanmar, Singapore, miền nam Thái Lan, Campuchia và một phần phía nam của Philippines sử dụng.
1. Danh hài người Mỹ.
2. Bạn có thể tìm hiểu kỹ hơn ở chương 9 của cuốn sách.
1. Cricket: Môn thể thao chơi trên sân cỏ gồm hai đội, một đội sẽ ném bóng vào cọc gôn và có một người của đội còn lại sẽ dùng gậy đánh quả bóng đó.
2. Madison được mệnh danh là đại lộ thời trang của New York.
3. Tên một loại bánh ở Malaysia.

(*) Một hồ nước ngọt cách thành phố Tô Châu ba kilômét về phía Đông Bắc, tỉnh Giang Tô, Trung Quốc. Hồ này nổi tiếng vì có loại cua Trung Quốc, thứ cua được xem như đồ cao lương mỹ vị.
(**) Đây là ca khúc nổi tiếng trên mạng từ những năm 2009 đến nay, do Hà Tân sáng tác, được ca sĩ Mộ Dung Hiểu Hiểu trình bày, với thông điệp "Tình yêu không phải là thứ anh muốn bán, muốn mua là có".
(*) MBA là cụm từ viết tắt của Master of Business Administration, thạc sĩ quản trị kinh doanh.
(*) Là một trong bảy tập của bộ truyện Đi tìm thời gian đã mất của nhà văn Pháp Marcel Proust, được viết từ 1908-1909 đến 1922 và xuất bản từ 1913 đến 1927, trong đó ba tập cuối chỉ được xuất bản sau khi tác giả qua đời. Tiểu thuyết này được xếp trong mười cuốn tiểu thuyết được thanh niên Pháp ưa thích nhất trong thế kỷ hai mươi. Tạp chí Time cũng bình chọn Đi tìm thời gian đã mất nằm trong số mười cuốn sách vĩ đại nhất mọi thời đại.
(1) Jupiter Research: Hãng khảo sát trực tuyến nổi tiếng của Mỹ (ND)
(2) Là loại thẻ khách hàng thân thiết, dùng để tích điểm thưởng sau mỗi lần giao dịch mua hàng của khách. "Điểm" được tích lũy có thể được khấu trừ hoặc đổi lấy hàng hóa, dịch vụ ở những điểm giao dịch thuộc đơn vị chấp nhận thẻ (ND)
(1) Nguyên văn: problem (ND).
(2) Một hợp chất hóa học có độc tính rất cao (Bảng A) (ND).
(3) Thương hiệu thuốc giảm đau của Johnson & Johnson, không chứa aspirin nên hiệu quả điều trị khá tốt và được tiêu thụ rất mạnh (ND).
(4) Nguyên văn: Fifth Amendment: Không ai có thể bị tước đoạt sinh mệnh, tự do hay tài sản mà không thông qua thủ tục công chính của luật pháp ngay cả khi người ấy là một tội nhân (ND).
(1) Western Electric: Một công ty viễn thông lớn của Mỹ (ND).
(1) Thứ tượng trưng cho tiền khi chơi bài, có thể quy đổi thành tiền sau khi kết thúc ván bài (ND).
1. Cựu chủ tịch kiêm Tổng giám đốc tập đoàn General Electric.
1. Thánh nhân là người hoàn hảo, thông thiên lý. Thiện nhân là người không làm ác, đầy lòng nhân. Hai loại người này chẳng có ở đời, cho nên Khổng Tử chẳng thấy. Kém hai hạng người trên, có hạng quân tử và hạng hữu bằng là bậc bền chí theo đường lành.
(1) Nguyên văn: Happen (ND).

(1) Cụm từ “Occam’s razor” được đưa ra từ năm 1852 dựa trên nguyên tắc của nhà thần học, tu sĩ và luật sư người Anh – Cha William Ockham (d’Okham) (ND).
(1) Thái Hà Books liên kết với Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân xuất bản và phát hành năm 2010 (ND).
(2) Nghiên cứu các tình huống chiến thuật trong đó các đối thủ lựa chọn hành động khác nhau để có thể tối đa hóa kết quả nhận được. (ND)
(1) Adrenalin là 1 loại hoóc-môn do tuyến thượng thận tiết ra, có tác dụng làm co mạch (nhưng lại làm giãn mạch ở não), tăng nhịp tim, làm co cơ, tăng lưu lượng máu. Ngoài ra nó cũng là chất làm tăng sức mạnh và sức chịu đựng của các cơ (ND).
(1) Nguyên văn: Debt Psychology (ND).
(2) Trong tâm lý học, tâm lý động học nghiên cứu về mối quan hệ của nhiều khía cạnh khác nhau về ý thức (mind), nhân cách (personality) và linh hồn (psyche), những vấn đề này có quan hệ chặt chẽ với những vấn đề về tinh thần, xúc cảm, hoặc động cơ, đặc biệt là ở cấp độ vô thức (ND).
(3) Thu nhập còn lại sau khi trả thuế (ND).
(4) Nguyên văn: Four Horsemen of the Apocalypse (ND).
1. Định luật Murphy: Còn được gọi là Định luật Đầu độc hay Định luật Bánh bơ do một sĩ quan không quân Mỹ tên Edward A. Murphy sáng tạo ra sau hàng loạt vấn đề và rắc rối xảy ra tại một sân bay quân sự tại California.
2. George S. Patton (1885 – 1945): Là nhà chỉ huy quân sự nổi tiếng của Lục quân Hoa Kỳ trong Chiến tranh thế giới thứ hai với các chiến dịch ở Bắc Phi, Sicily, Pháp và Đức.
1. Quy luật Parkinson được Northcote Parkinson, nhà văn và nhà sử học người Anh, phát triển nhiều năm trước đây. Là một nhà văn, Parkinson đưa ra định luật này không phải bằng các thí nghiệm hay chứng minh, nó chỉ đơn giản mô tả một phần thói quen sử dụng thời gian của con người một cách chân thật và hài hước.
1. Think and Grow Rich, 13 nguyên tắc nghĩ giàu, làm giàu của Napoleon Hill đã được Thái Hà Books mua bản quyền và xuất bản tại Việt Nam.
2. Tahiti: Còn có tên gọi khác là Hòn đảo Thiên đường, là hòn đảo tuyệt đẹp nằm ở khu vực Nam Thái Bình Dương.
1. Scandinavia: Là bán đảo gồm 3 nước Đan Mạch, Na Uy, Thụy Điển ở Bắc Âu.

Báo cáo “Creating a Development Dynamic” năm 2001 của Accenture, Markle Foundation và UNDP.
Suy luận đơn giản, không dựa vào kinh nghiệm, thực tế.
Thiếu ánh sáng.
Tạp chí Nghiên cứu lập pháp số tháng 1/2003.
Press kit hay media kit: Những tài liệu thường đính kèm thông cáo báo chí để hỗ trợ thông tin cho thông cáo báo chí, dành để gửi cho phóng viên. Bao gồm tiểu sử công ty, giới thiệu về sản phẩm, hình ảnh hoạt động, hình ảnh sản phẩm... Người ta cũng có thể đưa media kit lên website của công ty cho phóng viên tiện truy cập và sử dụng.
Paul Lazarsfeld và Elihu Katz là những người đầu tiên nghiên cứu về lý thuyết hai bước trong truyền thông từ năm 1940. Công trình nghiên cứu này đã được xuất bản trong cuốn Personal Influency vào năm 1955.
1. Junichiro Tanizaki (1886-1965): Nhà văn Nhật nổi tiếng (tất cả các chú thích đều là của người dịch).
2. Jacques Prévert (1900-1977): Nhà thơ Pháp nổi tiếng. Nhà thơ này có một bài thơ mang tựa đề “Inventaire”, trong đó liệt kê rất nhiều đồ vật chẳng có liên quan gì với nhau.
3. Thành phố nằm trên đảo Honshu, từng là thủ đô cố định đầu tiên của Nhật từ năm 710 đến năm 784.
4. Vùng nằm trên đảo Honshu, gồm 6 tỉnh, trong đó có tỉnh Nara với thủ phủ là thành phố Nara.
5. Geisha trong tiếng Nhật chỉ những cô gái được tập múa, hát và trò chuyện từ bé để làm tiếp viên trong các quán trà hoặc trong các buổi tiệc tùng.
1. Một nhân vật trong thần thoại Hy Lạp, bị các thần phạt phải vần một tảng đá lên đỉnh đồi, nhưng mỗi lần gần đến đích, tảng đá lại lăn xuống. Đây là một hình phạt khủng khiếp vì nó vô ích và vô vọng.
2. Tổng trấn xứ Judée của La Mã, người đã giao Chúa Jesus cho các thẩm phán tôn giáo xét xử.
1. Tên hai thành phố Nhật bị ném bom nguyên tử trong Đại chiến Thế giới lần thứ hai.
2. Tên hai thành phố Nhật bị ném bom nguyên tử trong Đại chiến Thế giới lần thứ hai.
1. Hãy nhớ ngươi rồi cũng có lúc phải chết.

2. Georges Bernanos (1888-1948): nhà văn Pháp, người đã thể hiện nỗi ám ảnh tội lỗi của nhân loại trong tác phẩm đầu tay của mình.
3. Dòng tu thiên về nhập định, Georges Bernanos có một tác phẩm mang tên Dialogues des Carmélites (Đối thoại giữa các nữ tu sĩ dòng Carmen).
4. Friedrich Nietzsche (1844-1900): Triết gia Đức.
5. André Maurois (1885-1967): Nhà văn Pháp.
* Số cửa hàng bao gồm cả các trung tâm thiết kế triển lãm
* Là thu nhập của toàn bộ công ty, bao gồm Target, Marshall Field's, Mervyns,...